

報告說明

時間範圍

2021年1月1日－2021年12月31日，部分內容及數據適當追溯以往年份，超出上述範圍。

發佈週期

本報告為年度報告。

組織範圍

報告範圍參見呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司組織架構圖。

編寫依據

報告編制參考香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)《環境、社會及管治報告指引》(「ESG指引」)，同時參考全球可持續發展標準委員會(GSSB)發佈的《GRI可持續發展報告標準》(GRI Sustainability Reporting Standards)及中國連鎖經營協會(CCCA)發佈的《實體連鎖企業／互聯網消費平台社會責任實施指南》(2021年版)。

ESG匯報原則

重要性：本報告遵循聯交所重要性原則規定，在報告中披露本公司董事會(「董事會」)及ESG工作小組審議ESG事宜，利益相關方溝通、實質性議題識別過程及實質性議題矩陣，具體遵循情況詳見後文對應部分。

量化：本報告中定量關鍵績效指標的統計標準、方法、假設及／或計算工具，以及轉換因素的來源，均在報告釋義中進行說明。

平衡：本報告不偏不倚地呈報呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司及其附屬公司(「本集團」)報告期內的表現，避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。

一致性：本報告披露數據所使用的統計方法均保持一致。

數據說明

所有數據均來自呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司正式文件和統計報告。

指代說明

為了便於表述和方便閱讀，「呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司」在本報告中以「呷哺呷哺」、「公司」或「我們」表示。非特殊說明，報告中貨幣單位「元」即「人民幣元」。

報告獲取

電子版可在本公司網站(<http://www.xiabu.com/>)及聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)查閱。

本報告以中英文兩種文字發佈，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。

董事會ESG管治聲明

呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司承諾，公司嚴格遵守聯交所《環境、社會及管治報告指引》的披露要求。本報告經董事會審議後發佈。2022財年，董事會將進一步完善ESG治理體系，推動公司ESG水平不斷提升。



目錄

董事長致辭	3	3. 綠色+低碳，行動智護環保	35
ESG管理	5	3.1 持低碳運營	36
ESG管理機制	5	3.2 優化排放物管理	42
利益相關方溝通	7	3.3 傳播綠色理念	46
實質性議題分析	9	4. 關愛+奉獻，責任引領發展	47
專題：創新與變革—五大核心戰略升級	10	4.1 保障員工權益	48
五大核心戰略	10	4.2 推進員工關愛	52
變革賦能發展	10	4.3 賦能員工發展	60
1. 關於我們	13	4.4 促進社會共榮	64
1.1 公司簡介	14	展望	66
1.2 合規經營	16	支持聯合國可持續發展目標	67
1.3 業績回顧	19	ESG指標索引	69
1.4 獎項與榮譽	20	GRI Standards指標索引	76
1.5 引領行業發展	22	讀者反饋表	79
2. 火鍋+茶憩，匠心締造品質	23		
2.1 品質源頭保障	24		
2.2 持續多元創新	30		
2.3 精緻用餐體驗	33		





賀光啓先生
董事長



董事長致辭

2021年，全球疫情進入「後疫情時代」。儘管當前疫情防控形勢依舊嚴峻複雜，但在國內精準高效的防控措施以及高疫苗接種率的雙重作用下，國內餐飲行業迎來回暖階段。面對種種機遇和挑戰，呷哺呷哺深知，只有革新、精變，才能破局新生。作為全國知名餐飲企業，我們大刀闊斧推陳出新，臻於品質打磨細節，堅持綠色低碳運營，關愛員工、奉獻社會，努力為社會創造可持續發展價值。

憑藉卓越的經營管理和成熟的產業鏈布局，2021年，呷哺呷哺革故鼎新，謀求更加穩健高效的運營模式。截至2021年底，我們於中國21個省份及自治區的132個城市以及3個直轄市（北京、天津及上海）擁有及經營841間呷哺呷哺餐廳；本集團亦於中國19個省份的42個城市、3個直轄市（北京、天津及上海）以及中國香港擁有及經營183間湊湊餐廳。2021年，新開張95間餐廳，包括呷哺呷哺餐廳52間，湊湊餐廳43間。截至報告期末，呷哺呷哺實現收入人民幣6,147.3百萬元，較2020年增長12.7%。



董事長致辭

堅守食品安全品質，引領健康時尚生活。嚴格供應商選擇標準，從食材源頭做好品質把關，從田間到餐桌全流程為食品質量保駕護航，保障消費者「舌尖上的安全」。持續探索「火鍋+茶憩」的複合業態，推出高性價比套餐新菜單，為消費者提供更新奇、時尚、有趣的用餐體驗及多樣化選擇。未來，還將推出呷哺X、小酒館等新模式餐廳，履行我們「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」的企業使命。

踐行低碳發展理念，守護綠色生態家園。積極響應國家「雙碳」戰略，堅持綠色低碳運營，推行綠色辦公、綠色生產、綠色施工及資源精細使用，做好不同種類的排放物管理，採取積極措施減少污染物排放，減緩氣候變化影響，推動企業與環境的和諧共存。

關愛員工健康安全，提升員工發展動能。堅持「以人為本」基本理念，建設多元化的員工團隊，尊重員工的基本權益，關心員工身心健康，營造和諧工作氛圍。持續完善員工培訓體系，打通多重職業發展路徑，讓人才活力充分釋放，人才優勢充分涌流，人才價值充分實現。

聚焦國家社會需求，助力發展惠及民生。重視履行企業社會責任，積極投身社會公益事業，踐行志願服務，參與鄉村振興、抗擊疫情、搶險救災等，向一線抗疫人員送去生活物資，捐款100萬元幫助河南開展防汛抗災等工作，聚力增進民生福祉，與社會共享企業發展成果。

篤行不殆守初心，不懈前行贏未來。未來，我們將深入實施五大核心戰略，不斷完善ESG治理體系，匯聚高質量發展強大合力，奮勇擔當，勇毅前行，在新時代、新起點、新征程上創造新成績，取得新突破，攜手各利益相關方，為實現「成為民族餐飲的領導者」的企業願景全力奮鬥。



ESG管理

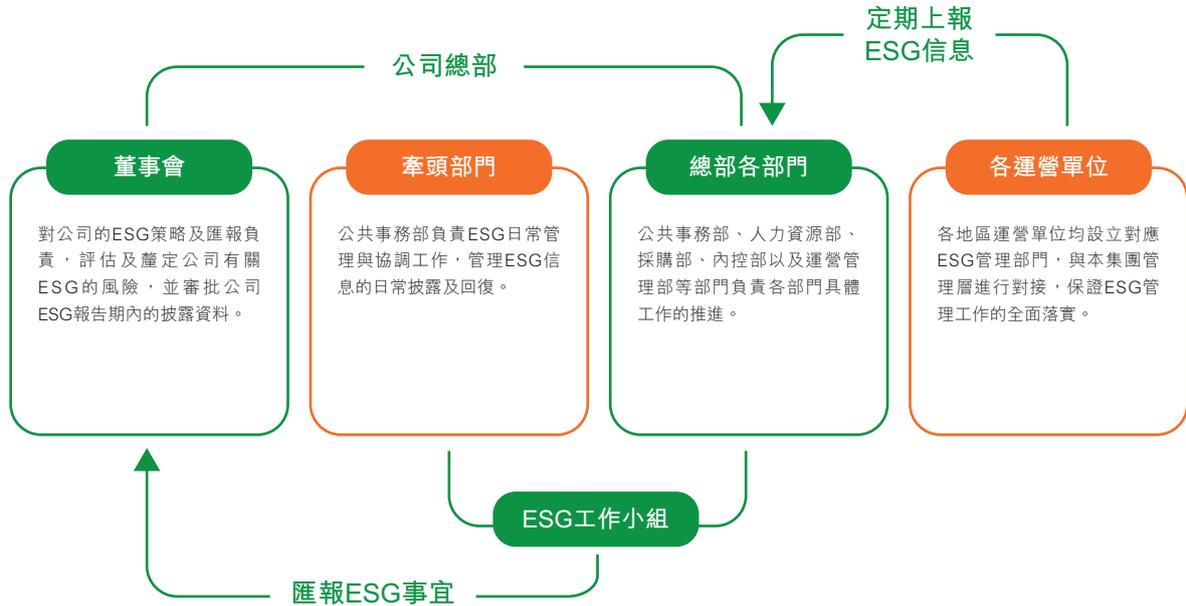
呷哺呷哺相信不斷完善的ESG管理是企業可持續發展的基礎。報告期內，我們亦持續推進ESG管理，配合公司組織架構調整，相應完善、細化了ESG工作小組工作機制與職責。並在公司治理層面加強ESG管理工作，開展面向董事的ESG培訓，提升企業ESG理念宣貫。同時，我們與公司內部及外部利益相關方積極溝通，梳理ESG關注的重點議題，積極回應各方關注與期望。努力為各利益相關方創造更多可持續價值，賦能公司自身與社會的良性發展。

ESG管理機制

呷哺呷哺建立了上下聯動的ESG工作機制，確保ESG工作的有序開展。董事會對ESG策略及匯報負責，並負責審議、決策公司ESG重大事項；ESG工作小組負責向董事會報告ESG事宜，ESG工作小組覆蓋員工、食品安全、公益等ESG議題涉及部門。

總部公共事務部為ESG工作小組牽頭部門，負責ESG工作的協調和統籌；總部其他部門負責具體工作的推進與本部門分管議題的年度ESG信息維護與報送，協調各運營單位工作推進與信息上報，並設立ESG工作聯絡人，負責進行本部門議題的協調和管理工作；各地運營單位的相關部門按照總部要求，進行具體工作的落地推進，並定期上報ESG信息，形成整體聯動協同的完善體系。

ESG管理



案例：公司董事會ESG管理培訓

為提升公司董事對ESG理念的理解，跟踪ESG政策與市場動態，2021年8月，公司聘請第三方專業機構向董事會成員開展了ESG管理培訓。培訓分為：聯交所ESG新規概覽、董事會參與ESG管理、ESG環境目標三個模塊。為董事會成員講解了港交所新規背景、內涵與關鍵指標；闡述了董事會在ESG管理中的職責與角色，以及董事層面該如何開展ESG管理；同時講解了ESG環境目標的工作重要性、背景與方法論。通過會議，進一步加深董事會對ESG理念深入，賦能公司ESG未來管理。

ESG管理

利益相關方溝通

積極與各利益相關方保持溝通，是了解利益相關方訴求及回顧企業自身發展狀況的重要方式。報告期內，呷哺呷哺持續保持與利益相關方的溝通，建立多元化溝通渠道，持續聆聽利益相關方期望與訴求，並對利益相關方的意見及時做出回應，在依法合規運營的同時，履行社會責任，為利益相關方創造價值。

公司從可持續發展的角度，整理並形成利益相關方溝通情況表，為公司實質性議題識別工作提供基礎。

利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> • 日常溝通 • 信息報送 • 會議座談 	<ul style="list-style-type: none"> • 合規經營 • 嚴格的內部控制和風險管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 加強合規運營 • 依法納稅 • 加強風險管理
投資者	<ul style="list-style-type: none"> • 定期信息披露 • 股東大會 • 日常溝通 • 官方網站 	<ul style="list-style-type: none"> • 優異的業績 • 持續穩定的增長 • 廉潔透明的運營 	<ul style="list-style-type: none"> • 持續提高價值創造能力 • 加強企業風險管理 • 透明公開的信息披露 • 強化投資者管理
消費者	<ul style="list-style-type: none"> • 投訴熱線 • 官博、官微留言互動 • 客戶滿意度調查 	<ul style="list-style-type: none"> • 食品安全 • 高效優質的服務 • 營養健康多樣的產品選擇 • 新品牌塑造 	<ul style="list-style-type: none"> • 直營連鎖 • 嚴控食材採購 • 堅持集中配送 • 精心搭配食材 • 研發新產品 • 提升就餐環境 • 保障消費者權益

ESG管理

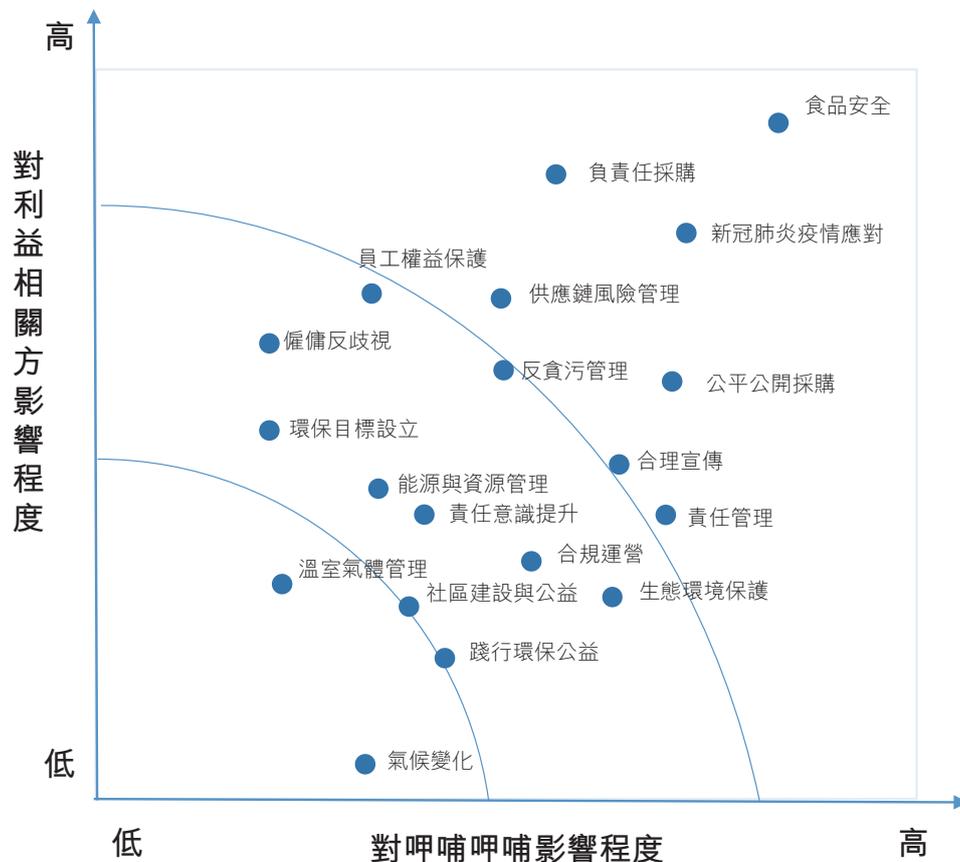
環境	<ul style="list-style-type: none"> • 倡導環保理念 • 堅持可持續發展 • 環境信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> • 支持節能減排，提倡低碳生活 • 溫室氣體排放量 • 餐廚垃圾排放量 • 能源使用量 • 節約資源 • 堅持綠色可持續發展運營 	<ul style="list-style-type: none"> • 堅持推進餐廳環保低碳 • 餐廚垃圾嚴格管理 • 垃圾分類 • 減塑降廢 • 堅持倡導綠色辦公
員工	<ul style="list-style-type: none"> • 培訓交流 • OA平台公告 • 團建活動 • 座談溝通 • 績效管理機制 	<ul style="list-style-type: none"> • 保障員工合法權益 • 薪酬福利 • 提供公平、平等的就業機會 • 提供多元化成長、晉升機會 	<ul style="list-style-type: none"> • 堅持公平招聘 • 開展多元化員工培訓和學習 • 通暢職業發展渠道 • 開展員工活動，平衡工作生活
供應商與合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商評估 • 合作協議 • 定期走訪 	<ul style="list-style-type: none"> • 公平採購，誠信履約 • 保障食品質量與安全 • 產地採購 	<ul style="list-style-type: none"> • 加強採購管理 • 堅持「農餐對接」 • 全球採購 • 堅持公平公開的採購
社區	<ul style="list-style-type: none"> • 社區活動 • 社區服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 安全合規運營 • 開展社區公益，促進和諧 • 堅持綠色運營 	<ul style="list-style-type: none"> • 開設社區餐廳 • 加強餐廳安全管理 • 開展社會公益

ESG管理

實質性議題分析

呷哺呷哺參照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄27《環境、社會及管治(ESG)報告指引》和國際標準，從議題對利益相關方的重要性及對公司本身的重要性兩個維度出發，由ESG工作小組牽頭通過問卷調查、訪談溝通等形式進行社會、環境及管治議題評估分析，篩選排序形成ESG實質性議題矩陣如下。識別出的ESG重大議題相關管理事項將於本報告中進行披露。

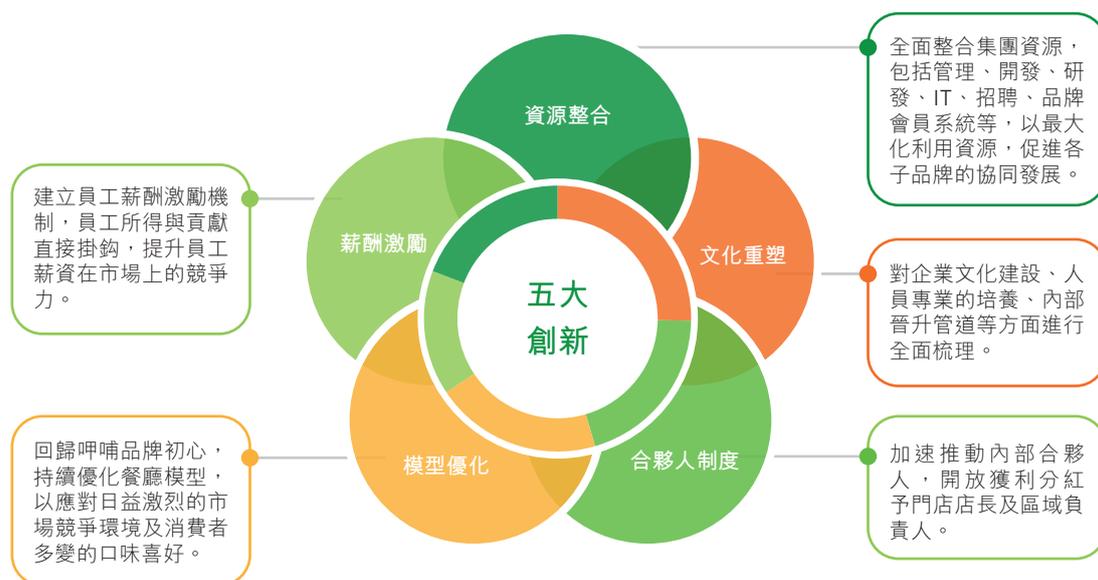
報告期內，本集團一方面梳理在日常工作中各個部門利益相關方對於本公司關注點；另一方面，向包含政府及監管機構、投資者／股東、董事會、員工、消費者、供應商、合作夥伴、同業公司、公眾、非政府組織、專家在內的利益相關方發放了問卷，並得到了225份有效問卷，由與外部利益相關方溝通調查的結果形成了利益相關方關注議題的排序依據，與公司高管等管理人員溝通調查的結果則作為判斷對公司而言重要議題的排序依據。通過議題的評估、識別、排序，形成了本集團ESG重大議題矩陣，並加以重點披露。



專題：創新與變革—五大核心戰略升級

2021年，新冠肺炎疫情的常態化管理以及散點多發的態勢，對於整個餐飲行業的發展影響依然存在。當然，面臨新的形勢，挑戰和機遇並存。在此背景下，創始人賀光啓正式回歸，擔任本集團CEO，帶領呷哺呷哺積極自救，化危為機，放慢門店增速，提升經營管理能力，經過重新盤點和自我變革，推出了五大核心戰略，聚焦資源整合、薪酬激勵、模型優化、合夥人制度、文化重塑，積極加碼進入「高質量發展」賽道，在逆境中保持前進動力。

五大核心戰略



變革賦能發展

• 資源整合

為實現品牌資源互通，謀求共同發展，我們計劃整合旗下子品牌呷哺呷哺、湊湊、呷哺食品等各自的會員系統，實現會員及IP體系互通，增加會員數量和粘性。此外，整合相應的研發體系，將研發團隊全部收編進入集團，打造精英化的研發團隊，針對不同品牌進行資源分配和創新，提高整體運營效率。後續，我們將推動旗下子品牌開店、後台數字化體系以及人才等方面均實現協同發展。

專題：創新與變革—五大核心戰略升級

• 薪酬激勵

為提高員工工作積極性，我們有計劃地將激勵機制與利潤做更緊密的關聯，為員工的貢獻付酬。自2021年起，我們調整營運組織並探索「利潤分紅機制」實施的可能性，制度實施後，將引導門店從關注銷售轉為關注利潤。同時，研發人員也設定相應激勵制度，以食材成本、客戶滿意度以及客戶點擊率等作為考核指標，刺激研發團隊不斷推出「網紅爆品」。未來，還將引入股權激勵制度，進一步增強員工凝聚力。

• 模型優化

1998年，呷哺呷哺在中國北京創立吧台式小火鍋，用一人一鍋就餐模式為奮鬥在繁華都市的顧客提供更新鮮、更有價值感、更快速方便的餐飲產品與服務。到2021年，我們決定回歸品牌初心，推動呷哺呷哺的「一人食」小火鍋將重新回歸大眾消費路線，繼續深耕小火鍋市場。新一代的門店也仍以「單鍋」和「吧台」為主，以簡單、明亮的風格持續優化就餐體驗。

此外，我們繼續推動高端火鍋品牌湊湊高速發展，加速布局沿海城市。未來，我們還計劃推出中端火鍋品牌「呷哺X」，補齊全維度品牌布局，不斷優化自身產品和門店類型，滿足消費者多元化需求。



呷哺呷哺門店



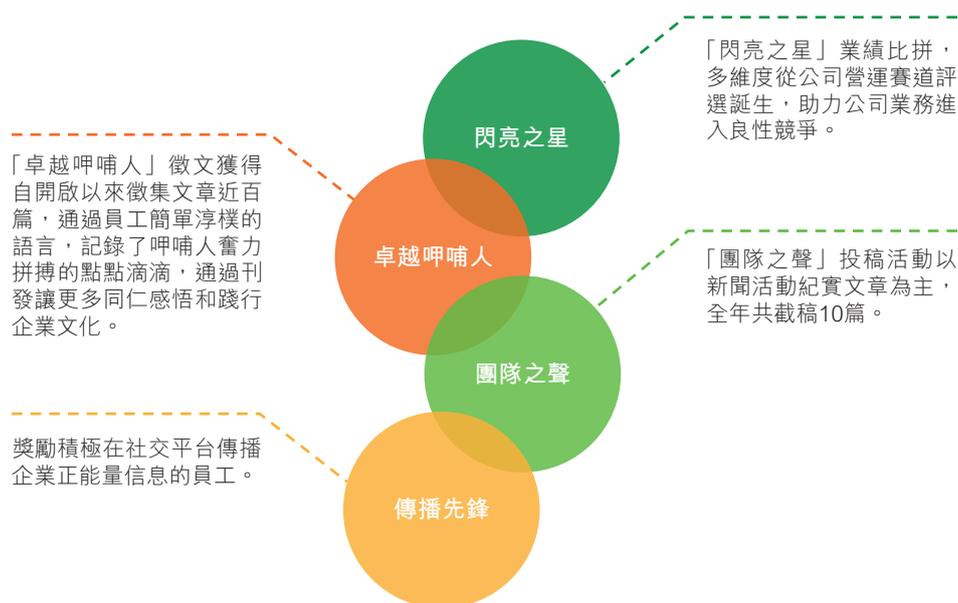
• 合夥人制度

我們將探索內部加盟夥伴制，開放獲利分紅予門店店長及區域負責人，以此鼓勵員工更用心地將門店經營管理好，發揚員工的主人翁意識，促進員工與企業共同成長。

專題：創新與變革—五大核心戰略升級

• 文化重塑

企業文化是一家企業的靈魂，是企業得以長遠發展的「蓄電池」。為了更好的傳承企業文化基因，我們積極開展員工團隊建設項目，以企業文化為中心思想，加速團隊融合。2021年8月，我們正式啟動了呷哺集團企業文化激勵項目，包括：「閃亮之星」「卓越呷哺人」「團隊之聲」「傳播先鋒」四個模塊。此外，我們更加關注一線營運管理幹部，給予大量一線人員向上晉升發展的機會，在識別人才、發展人才、保留人才方面有了更全面的發展。



員工團隊建設

1 關於我們



關於我們

1.1 公司簡介

呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司主要品牌包括「呷哺呷哺」和「湊湊」。呷哺呷哺品牌源自台灣，是深受消費者喜愛的時尚小火鍋。1998年創立於北京，是中國十大火鍋品牌及中國餐飲百強企業之一，並於2014年12月17日在聯交所主板上市。呷哺呷哺始終堅持以滿足消費者需求為核心，順應消費形態及餐飲市場的改變，聚焦朋友聚餐和家庭聚餐為主的目的地消費。

為適應市場及消費者需求變化，呷哺呷哺於2016年6月30日在北京三里屯推出中高端品牌「湊湊」，湊湊將台式麻辣鍋與台式現搖茶完美組合，這一創新模式一經推出就深受廣大消費者青睞。同期，呷哺呷哺成立了食品公司主要在電商平台、商超等渠道銷售呷哺呷哺的調料、鍋底和蘸料等系列產品，滿足消費者佐餐的需要。2019年8月呷哺呷哺全資收購錫林郭勒盟伊順清真肉類有限責任公司，開啓上游供應鏈布局，為集團的快速發展提供核心食材的穩定供應保障。

截至2021年底，本集團於中國21個省份及自治區的132個城市以及3個直轄市(北京、天津及上海)擁有及經營841間呷哺呷哺餐廳；本集團亦於中國19個省份的42個城市、3個直轄市(北京、天津及上海)以及中國香港擁有及經營183間湊湊餐廳。2021年，新開張52間呷哺呷哺餐廳及43間湊湊餐廳。

呷哺呷哺一如既往，用嚴苛標準與不懈追求，做出國民好火鍋。呷哺呷哺多年來堅持數十道工序，打造獨家秘制調料；堅持甄選二十餘種香料，精心熬制美味鍋底；堅持產地直送鮮蔬、採購優質肉品，帶給顧客獨特的味蕾享受；堅持順應時節及消費者需求，不斷引進高質量新品。

呷哺呷哺品質源自堅持，陪伴初心不變！

關於我們

20餘年來，呷哺呷哺陪伴初心不變

- 1998年** ▶ 呷哺呷哺在中國創立吧台式小火鍋，用「一人一鍋」就餐模式為奮鬥在繁華都市的顧客提供更新鮮、更有價值感、更快速方便的餐飲產品與服務
- 1999年** ▶ 呷哺呷哺第一家餐廳—北京西單明珠餐廳開業
- 2003年** ▶ 呷哺以獨特特色的「一人一鍋」火爆京城
- 2008年** ▶ 發展迅速，受到投資者的關注，於當年獲得全球新興市場私募基金英聯投資的資金支持
- 2009年** ▶ 呷哺呷哺開始進入快速成長階段，並成為中國餐飲百強企業之一
- 2010年** ▶ 呷哺呷哺進入上海市場，企業規模增長迅速
- 2013年** ▶ 呷哺呷哺總店鋪超過400家，成為全國大型連鎖餐飲企業之一
- 2014年** ▶ 呷哺呷哺成功在香港上市，成為中國連鎖火鍋首家上市品牌
- 2016年** ▶ 開創中高端聚會餐廳—湊湊，從北京拓展到上海、深圳
- 2017年** ▶ 推出呷哺呷哺家用調味品產品線，搶登超市電商
- 2019年** ▶ 啟動「火鍋+茶憩」雙引擎戰略
- 2020年** ▶ 戰勝疫情並開啓品牌升級，推出全新品牌形象及主張，啟動時尚活力新店型，升級產品品質，用「火鍋+茶憩」的雙引擎組合，布局個性鮮明、特立獨行，注重即時享樂的95後新消費主力
- 2021年** ▶ 調整布局、扭轉乾坤，創始人回歸，定戰略、強信心

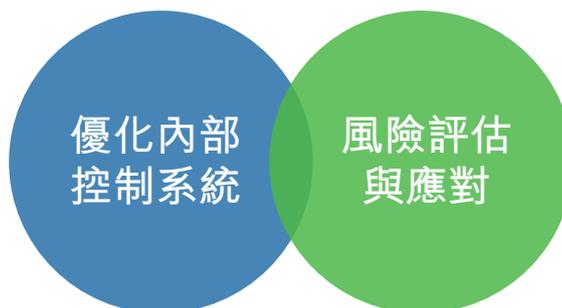
關於我們

1.2 合規經營

合規管理是企業穩健運行的內在要素，也是防範規避風險的基本前提，對開展有效的企業治理發揮著關鍵性作用。呷哺呷哺嚴格遵循《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》、《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》以及境內外證券監管機構的有關規定，不斷完善內部控制系統，優化風險評估與應對機制，提升反貪污管理水平，確保各管理流程環環相扣、良性循環發展，推進企業在合規經營基礎上實現可持續發展。

• 風險管理

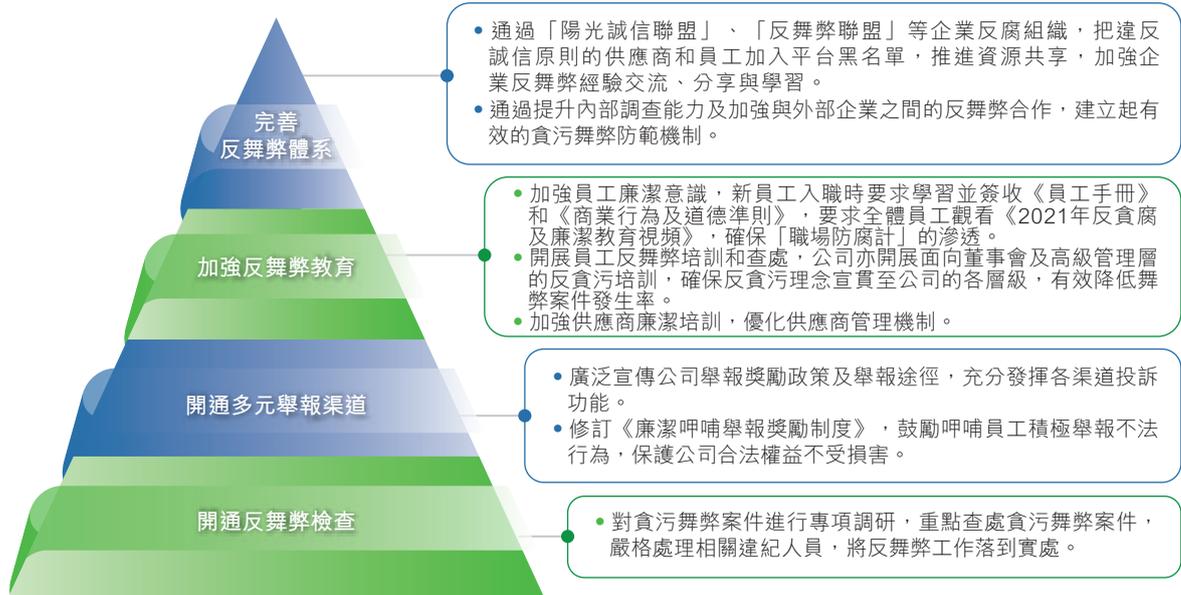
報告期內，公司不斷完善內部控制體系，全面優化各環節管理流程，實現內部控制與風險管理相結合，加強風險管理內循環，逐步搭建全面的風險管理體系，降低組織風險、提升組織價值。



- ▶ 公司內控部就集團架構重組、營運架構調整全面優化OA系統流程，將集團職能部門和營運全面優化OA系統流程與界面：端流程逐一梳理並按照事務立項需求重新搭建，共計搭建優化36個全新流程；
- ▶ 進行設計工程公司的流程梳理及整改；
- ▶ 加強物流驗收重量差異核實工作；
- ▶ 針對職能部門進行專項審計工作：出具《市場部特案審計》、《呷哺三期項目階段性專項審計》、《呷哺三期辦公研發樓項目結算審計》、《物流驗收重量差異審計》等共九項專項審計報告；
- ▶ 建設完善並審核公司制度體系：修訂《廉潔呷哺舉報獎勵制度》；推動修訂及審核《果蔬定價制度》、《地採物料食品安全管理規定》、《餘料管理制度》、《呷哺集團人員晉升管理辦法》、《新開店項目施工管理指導書》、《工程勘察作業指導書》、《集團菜品配方管理辦法修訂》等公司核心制度，共計審核制度21餘項。

• 反貪污

公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國刑事訴訟法》、《中華人民共和國反洗錢法》等國家法律法規，不斷完善內部管理制度，加強反舞弊體系建設，加強廉潔文化教育，優化舉報獎勵機制，加強外部反舞弊深度合作。同時，形成以風險為導向，決策、執行和監督三權分立體系下的獨立內部監控體系，識別舞弊風險，調查舉報事項，預防為主，打擊為輔，對貪污舞弊零容忍。2021年，公司未發生進入訴訟程序的貪污案件。



關於我們

• 知識產權保護

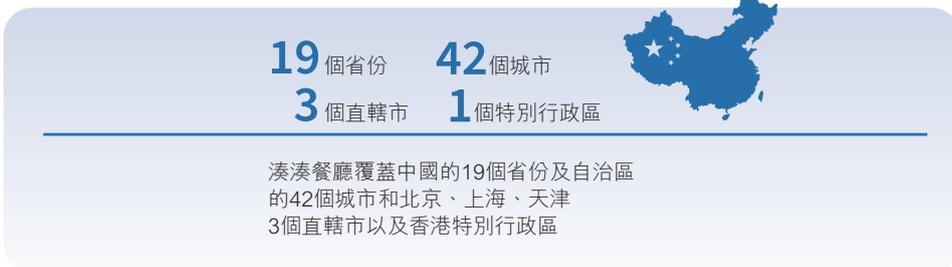
呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《商標法實施條例》、《專利法實施細則》等法律法規，高度重視知識產權保護，立足於健康發展自有品牌、嚴懲侵權案件的管理理念，加強集團品牌商標註冊管理，擴大商標的使用範圍及影響力，加強商標等知識產權保護力度。同時，針對各類侵犯知識產權行為積極採取維權措施，通過商標權無效宣告申請、向侵權方發送侵權告知函等手段打擊侵權行為，必要時通過訴訟手段保護知識產權，維護公司合法權益。

2021年，公司持續加強商標註冊管理水平，成功申請多個自有品牌商標，擴充集團公司商標儲備。同時，我們主動打擊侵犯知識產權的行為，通過商標權無效宣告成功打擊惡意註冊近似商標的侵權行為。例如，我們針對「呷哺小象」，「湊湊團」等惡意註冊商標行為進行維權，最終「呷哺小象」，「湊湊團」商標被國家知識產權局定義為無效商標，使公司品牌權益得以保障。

關於我們

1.3 業績回顧

2021年，在公司五大創新的引領下，我們突破疫情等困難，迎難而上，鼎故革新。我們持續推進公司品牌打造與品質升級，落地「火鍋+茶憩」的雙引擎戰略，穩固發展，為各利益相關方持續創造價值。



關於我們

1.4 獎項與榮譽

呷哺呷哺在不斷發展自身的同時，亦獲得了業界的肯定及廣大消費者的喜愛與青睞，連續十餘年位列「中國餐飲百強企業」，先後獲得多項榮譽。從2010年起，呷哺呷哺榮獲「中國最具投資價值企業50強」、「中國企業社會責任峰會一傑出企業」、「中國十大火鍋品牌」、「京城特色佳肴」、「北京餐飲企業(集團)50強」、「北京十大商業品牌」、「北京百強餐飲企業(集團)」等諸多榮譽稱號。



關於我們

獎項稱號 ¹	頒發機構
呷哺呷哺餐飲管理有限公司2020年度中國餐飲百強企業	中國烹飪協會
湊湊餐飲管理有限公司2020年度中國餐飲百強企業	中國烹飪協會
呷哺呷哺餐飲管理有限公司2021年度北京餐飲大會先進典型	北京烹飪協會
湊湊餐飲管理有限公司2021年度北京餐飲大會先進典型	北京烹飪協會
北京餐飲十大品牌	北京烹飪協會
2021年度紅鯉獎中國火鍋十大品牌	中國餐飲營銷力峰會組織委員會
2021年度北京十大商業品牌：呷哺呷哺模式創新獎	北京市商務局
2021年度企業社會責任峰會：呷哺呷哺企業社會責任絨花獎	中國經濟傳媒協會
2021年度CCFA連鎖餐飲創新案例：「呷哺運營學院」線上學習平台項目	中國連鎖經營案例
2021年度CCFA連鎖餐飲創新案例：呷哺呷哺「神仙計劃鍋底自由」營銷創新項目	中國連鎖經營案例

¹ 表格中2020年度的獎項均為2021年頒發，因此涵蓋在本報告中。

關於我們

1.5 引領行業發展

作為中國烹飪協會、中國連鎖經營協會、北京烹飪協會、北京餐飲行業協會的理事單位或會員單位，呷哺呷哺在展現行業領導者創新實力的同時，積極投身行業社會責任與可持續發展中，參與到中國連鎖經營協會《實體連鎖企業／互聯網消費平台社會責任實施指南》(2021年版)的制訂，為行業的規範經營和可持續發展助力。同時，呷哺呷哺作為北京台資企業協會、全國台灣同胞投資企業聯誼會副會長單位，與協會齊頭並進，促進京台經濟交流與合作，推動兩岸關係和平發展。

協會名稱	協會職務
中國烹飪協會	常務理事單位
中國連鎖經營協會	常務理事單位
北京烹飪協會	副會長單位
北京餐飲行業協會	副會長單位
北京台資企業協會	副會長單位
全國台灣同胞投資企業聯誼會	副會長單位

2 火鍋+茶憩，匠心締造品質



火鍋+茶憩，匠心締造品質

二十三年來，呷哺呷哺始終恪守「好食材，好工藝，好味道」的宗旨，並秉承同樣工匠精神，針對市場需求不斷演變。近年來，呷哺呷哺也完成了品牌升級：用火鍋+茶憩的雙業態組合，為消費者帶來多元選擇，也吸引著新消費主力。我們持續遵守《中華人民共和國食品安全法》等法律法規，嚴格優選供應商，並設有完善的質檢、直營配送體系，專注餐食安全與品質。我們亦不斷開發新餐品及產品，並為顧客打造更有趣、更具氛圍感的用餐環境與溫馨的服務。履行我們「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」的企業使命。

2.1 品質源頭保障

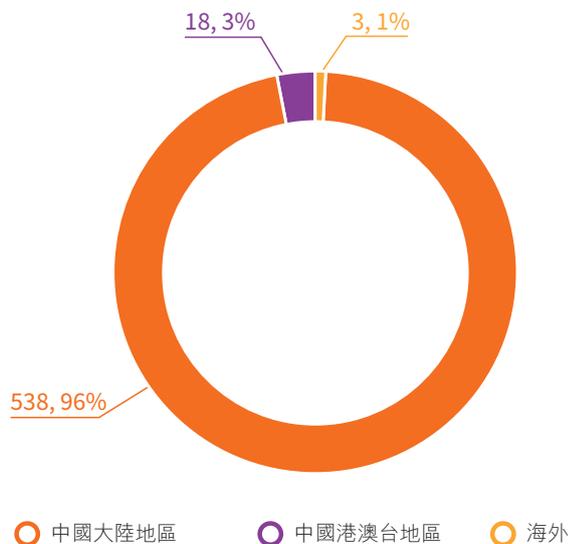
呷哺呷哺始終將食品安全視為企業的生命，遵循國家《食品安全法》等法律法規，堅持嚴格的供應商選擇標準，對有嚴重食安問題和嚴重違法失信問題的供應商堅決不予准入，從食材源頭做好品質把關，並完善進貨質檢、物流貯運、餐廳出品等全鏈條質量管理保證食材的安全。

• 規範的採購流程

呷哺呷哺供應商管理體系規範了供應商准入、合作過程中監督、合作後評價等各階段的流程標準。公司秉承公開、公平、公正原則開展採購工作，依據招標文件要求，對各採購金額的產品採用對應的招標方式，並在多部門參與、多輪比價、複審評估、再次評標議價等流程後決定中標結果，甄選優質供應商。

截至報告期末，與公司合作供應商情況如下：

指標	單位	2021財年
供應商總數	個	559
執行有關慣例的供應商數	個	559



按地區劃分的供應商分布

火鍋+茶憩，匠心締造品質

• 供應商篩選與審核

我們嚴格控制供應商篩選與審核，首選採購產品所在行業的龍頭企業或排名靠前的企業。報告期內，呷哺呷哺堅持嚴格的供應商准入標準，修訂和完善《供應商質量管理程序》《現場審核細則》和《供應商質量准入管理準則》，針對包括肉類、茶飲等重點食材制定管控方案，優先選擇行業一流供應商，在資質合格、樣品合格、現場審核合格的前提下建立合作關係，同時根據疫情防控情況對行業一流水平供應商靈活選擇線上審核。

准入 資質

要求供應商提供營業執照、食品生產許可證、第三方全項型式檢測報告，特殊行業還需要取得行業要求的資質證書。

准入 資質

公司的品質管理部根據相關法規，結合呷哺呷哺產品質量特點，編制了不同種類供應商審核標準，經我公司專職驗廠人員審核合格後方可准入。

樣品 檢測

要求供應商提供樣品，公司按照呷哺呷哺的產品標準進行測試，如是按照公司特製的產品，除樣品合格外針對呷哺呷哺的訂製品還要求供應商進行中試，中試樣品合格方可准入。

案例：開展「呷哺X」、「湊湊小酒館餐廳」配套供應商管理提升工作

2021年，為配合呷哺、湊湊等新模式餐廳上線，為確保這些餐廳的茶飲原料、食品接觸等引入產品的食品安全，公司品質管理部於報告期內加強了對茶飲原料和餐飲具供應商的管理；同時，對新增的紙杯、餐具等食品接觸類供應商實施准入審核，以確保供應商的質量保證能力。

火鍋+茶憩，匠心締造品質

• 供應商走訪與考察

呷哺呷哺對供應商進行定期與不定期的走訪與考察，重點關注供應商在食品安全、產品質量、生產或運營場地環境等方面的情況。通過深入一線的走訪與考察，更加了解供應商的供應與服務能力。報告期內，公司採購部對蔬菜基地開展10次巡查，生產廠家巡查30次，市場情況調研50次，並開展了歷時超兩個月的羊肉品質監宰，同時對上海區域、山東區域、廣東區域合格供應商及規模較大供應商，進行集中走訪考察；公司品質管理部走訪了合作中的供應商71家，新供應商151家。



開展蔬菜基地考察

• 供應商評價

呷哺呷哺對供應商進行定期評價與考核，考核內容主要包括到貨及時率、準確率、異常率等內容。評價方法包括按季度供應商合作評價、按評分績效評級、年度匯總等。通過對供應商的考核，提高產品了交貨及時率、產品品質及交貨準確性，也便於公司對供應商開展去劣存優，與優質供貨商建立長期穩定的合作關係。

報告期內，公司為健全供應商評價機制，新制定了七項與供應商合作評價相關的管理控制程序文件，並開展了供應商評價專項管理提升工作，公司採購部在供應商管理系統中按季度下載供應商評價結果，並根據結果得分對應程序文件中的控制方案，按照文件執行後續程序。通過評級對供應商進行有效的獎懲，激勵優秀供應商，同時規避扣分供應商異常問題的頻繁出現。評級也作為了解供應商的參考依據與信息指引，可以有效地指導、培養供應商成為符合公司要求的合作夥伴。

火鍋+茶憩，匠心締造品質

• 負責任採購

在餐飲消費新格局背景下，越來越多的顧客日益關注健康飲食與食品的可持續性。呷哺呷哺在選擇供應商時將環境與社會風險納入考量，優先選擇社會責任與可持續發展意識高的供應商，規避供應商環境及社會風險。呷哺呷哺亦使用擁有可持續水產養殖、捕魚相關認證的供應商。我們從海外採購的養殖類海鮮產品都具備「最佳水產養殖規範」認證²，保證生產過程中在環境和社會責任、動物福利、食品安全、可追溯性方面執行了最佳實踐；海捕類海鮮產品都擁有海洋管理委員會的認證³，即這些供應商的產品來源於可持續漁業。呷哺呷哺亦積極回應資本市場關注，主動填寫CDP森林問卷，將自身業務運營對森林資源影響進行了評估。

呷哺呷哺亦通過優先環保產品踐行負責任採購。我們積極響應國家「限塑令」，採買紙質飲料杯蓋、PLA材質飲料吸管、鋁箔餐盒、PLA淋膜紙杯、PLA打包袋等可降解物料替代塑料製品，降低塑料廢棄對環境的污染。

呷哺呷哺關注動物福利。人道屠宰目前在國內踐行領域主要分布在生豬、家禽屠宰領域，呷哺呷哺火鍋主要以牛羊肉為主，本集團旗下的錫林郭勒盟伊順清真肉類有限責任公司，遵守伊斯蘭教法屠宰。

火鍋+茶憩，匠心締造品質

嚴控質檢體系

呷哺呷哺持續嚴格落實國家《食品安全法》和《食品安全法實施條例》中關於企業主體責任的要求，建立完善的進貨查驗記錄制度，以「嚴格、準確、快速、高效」為原則，以食品安全國家標準、呷哺呷哺產品質量標準為依據，完善原料驗收過程、中央廚房質量控制體系，定期進行質檢人員的培訓和考核管理，提高實驗室管理水平和檢測能力，提升質檢水平。報告期內，呷哺呷哺在食材風險監控方面投入約60萬元，主要用於識別食材和食品相關產品的食品安全風險指標，並送至第三方檢測機構進行檢測，確保餐桌上的食材安全。

2021年1月至12月公司共到貨600餘項單品，涉及肉類、主食、水產魚糜、鍋底調料、食品相關等種類。公司針對感官、理化、微生物指標等檢測指標開展檢測，檢測限量符合GB2760食品添加劑使用標準、GB2762食品中污染物限量、GB2763食品中農藥最大殘留限量等限量標準和產品標準要求。



公司質檢人員具有食品檢驗相關的工作經驗，並接受過食品檢驗技術和檢測技能相關培訓，其中食品專業碩士研究生2名、本科生10名，7名持有食品檢驗員證書，並有1人持有北京市食品檢驗高級工程師證書。

2021年，公司依據到貨種類，根據國家、地方食藥局等抽檢項目，結合門店抽查情況，對主食、肉類、水產魚糜、鍋底調料、蔬菜、中央廚房調料、食品相關等種類，委托SGS、譜尼、北京質檢院等多家有國際公信力的檢測機構進行了第三方檢測。

² 最佳水產養殖規範 (Best Aquaculture Practices, BAP) 認證是由全球水產養殖聯盟 (Global Aquaculture Alliance) 制定的水產養殖設施自願性認證方案，是海鮮養殖和加工領域有關供應安全和可持續性實踐最嚴格的認證之一。

³ 海洋管理委員會 (Marine Stewardship Council, MSC) 的認證是世界範圍內最具權威性的可持續漁業認證，通過認證的漁業可在其漁獲物上使用MSC的藍色生態標籤，代表其在捕撈過程中保證了目標種群的可持續性和最小化的環境影響。

火鍋+茶憩，匠心締造品質

堅持直營配送

推進 農餐對接

- 自2008年起，呷哺呷哺啟動「農餐對接」工程，建立訂單式的「農餐對接」基地，堅持產地直送，保障食品新鮮健康；
- 在羊肉供應商現場開展羊肉品質監宰，保障農餐對接源頭的合規與安全。

優化 冷鏈管理

- 劃區域布局全國配送中心，並推廣TMS系統，實時監控各配送之心冷凍庫房及運輸過程中的溫度，確保食材品質；
- 冷鏈倉庫及冷鏈運輸車輛均符合凍品製冷溫度要求，確保凍品品質。

追溯 進口冷鏈

- 在疫情常態化管理的背景下，將採購進口冷凍相關產品的品種、規格、批次、產地、檢驗檢疫、核酸檢測、消毒證明等追溯數據如實上報追溯平台，並使用系統按批次對相關產品形成電子追溯碼，打印後進行產品賦碼，實現進口冷鏈產品全程追溯。

提升 配送效率

- 針對各項食材，制定對應的運送流程與時間節點規範，按照有庫存果蔬、無庫存果蔬、需冷凍的海鮮及肉類、調料等進行分類開展管理，形成供應商／中央廚房－物流配送－餐廳的聯動高效的工作流程。

火鍋+茶憩，匠心締造品質

2.2 持續多元創新

呷哺呷哺堅信「品質源自堅持」，我們恪守「衛生清潔第一、營養快捷為要、大眾消費是本、親切關懷得宜」的經營理念，無論是從一人一鍋的「自享其樂」，還是多人大鍋的「為美好相聚而沸騰」，在多元變換升級的服務模式下，始終不變的是對食品品質的堅守與對顧客無微不至的體貼與關懷。

• 豐富食材

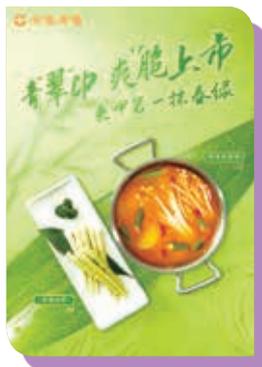
為使消費者品嚐到來自全球各地優質美味食材，呷哺呷哺甄選全球優質食材，除中國採購外，於荷蘭、巴西、澳大利亞、俄羅斯、美國、加拿大等多國搜羅食材，將美味呈現給顧客。報告期內，公司海外採購部挖掘考察潛在的優質食材供應商，集中考查對於上海區域、山東區域、廣東區域合格供應商及規模較大供應商，進行走訪考察，了解產品信息，海產資源，市場形式下的優質海產品，了解全國海產分布，建立互通有無的關係模式，確保海產供貨資源豐富。同時，持續與錫盟地區的羊肉供應商深化「呷哺X錫盟羊」戰略採購合作關係，加固穩定國內羊肉供應源頭。

火鍋+茶憩，匠心締造品質

• 多元產品

開發多元產品將給與我們的顧客更新奇、時尚、有趣的用餐體驗及多樣化選擇。2021年，呷哺呷哺致力於提升現有產品品質、出餐豐富度及餐品多元化，同時增加產品趣味性，先後推出了萌牛好運鍋、豆花、酸辣鮮蔬鍋、爽脆細笋、流心小丸子、手搖香檸綠、奶蓋香芒、奶蓋蜜桃龍井、金湯酸菜鍋、紅酒牛肉湯鍋、金葉魚籽丸、漂浮河馬丸、Q彈牛筋丸、芋頭等餐品、鍋底及飲品。並通過菜單調整，優化點擊率低的產品，組合更多套餐，套餐內贈送茶飲/飲料，使顧客得到實惠的同時可以享用更加豐富的產品組合，性價比回歸初心。

湊湊2021年大陸地區菜單分成了11版，對原有的9版菜單在區域以及價格梯度方面進行了優化，更加滿足了不同地區人群口味需求以及價格梯度。同時，在優化菜單的基礎上，完成了夏季、冬季的菜單更新。且菜品品類不斷豐富並優化，滿足不同顧客的口味。並於報告期內開發了主食類餐品：鮮麵條、花膠雞肉餃、蟹黃餃子；鍋底類餐品：蟹粉黃魚鍋、酸菜白肉鍋、川渝老火鍋；肉類餐品：和牛上腦、和牛PLUS、和牛牛小排；以及其他餐品及飲品：貢菜、椒香小酥肉、黑虎蝦蝦卷、酸菜、貓爪蝦滑、魷魚片、嚴選紅魚、冰沙產品。推出的新品深受廣大消費者的喜愛。



呷哺呷哺新鍋底—
酸辣鮮蔬鍋



呷哺呷哺新餐品—
雞豆花



呷哺呷哺新飲品—
奶蓋蜜桃龍井



湊湊新餐品—
貓爪蝦滑



湊湊新餐品—蟹黃餃子



湊湊新鍋底—酸菜白肉鍋

火鍋+茶憩，匠心締造品質

• 多元模式

呷哺呷哺和湊湊餐廳持續探索火鍋+茶憩的複合業態，從未停止新的嘗試，從升級改造新店型、嘗試分時段營業等維度開展多元模式變革。呷哺呷哺餐廳「一人一鍋」特色讓空間利用更加靈活，使得下午茶和夜市時段產品及服務模式切換成為現實。擁有更長營業時間並能提供差異於小火鍋的產品及服務，為顧客提供更多的消費場景與選擇。湊湊餐廳開發出包間KTV、餐+飲的小酒館模式，從整體用餐體驗上，讓顧客耳目一新。



湊湊火鍋·小酒館門店

為使更多顧客能隨時隨地享受新鮮健康的火鍋體驗，呷哺呷哺火鍋外送讓消費半徑突破門店商圈，更多火鍋愛好者足不出戶既可享受同樣物超所值且更加方便靈活的美食。呷哺呷哺發揮自身供應鏈及門店布局優勢，2017年推出呷煮呷燙品質外送品牌，並憑藉「每一鍋都是獨立煮制」品牌主張贏得品質美譽，為火鍋外送愛好者開闢新的消費選擇。2021年，呷哺呷哺外送拓展豐食、美餐網、拼多多等團餐業務，使銷售額增加700萬元左右。

同時，呷哺呷哺食品公司亦通過線上直播、電商等渠道及線下商超渠道為顧客提供底料、蘸料類等產品選擇，為更多顧客提供多元選擇，尤其是在疫情防控常態化背景下，讓顧客足不出戶也能享用呷哺呷哺的產品。報告期內，呷哺呷哺食品在多個平台開展直播，為顧客帶來更多優惠與便利。

火鍋+茶憩，匠心締造品質

2.3 精緻用餐體驗

我們致力於為顧客提供精緻、愜意的用餐體驗，用心聆聽顧客聲音並提升自身服務水平，為顧客打造賓至如歸的氛圍。同時，我們亦注重消費者權益保護，報告期內，我們持續遵循《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國廣告法》等法律法規，注重客戶隱私保護並推進合理廣告宣傳。同時，我們亦關注產品售出後的跟蹤，食品公司制定了產品回收(召回)程序及計劃，明確了「召回啟動—召回中各部門分工協作職能—產品召回的後續處理及注意事項」整個召回流程中各階段的操作方法，並在報告期內開展了召回演練。報告期內，公司未發生召回事件，已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比為0%。

提升顧客體驗

呷哺呷哺 餐廳

- 公司錄製了《餐廳服務氛圍提升》視頻，更新了服務標準，並建立8個線上學習項目，共計2,543人次參與培訓，使餐廳服務氛圍有了較大的提升，顧客滿意度得到明顯提高；
- 組織開展《青銅管理課程》《白銀管理課程》《黃金管理課程》，三個課程分別建立了24個、15個、7個學習項目，受訓人次分別達347人次、223人次、99人次。培訓讓餐廳管理人員學到了更多的管理技能，提升餐廳的綜合管理水平；
- 組織策劃餐廳季度服務之星評選，激勵、正面引導員工提升餐廳服務質量；
- 報告期內，呷哺呷哺餐廳各渠道客戶投訴總數目為107件，在接受到客戶投訴後，我們第一時間聯繫客戶核實情況，並及時溝通處理解決方案。經過妥善處理，報告期內呷哺呷哺餐廳客訴解決率為100%。

- 湊湊餐廳推行並執行奉茶文化與台式服務執行，做到貼心不貼身的服務理念，提升品牌差異化形象，為顧客帶來獨特、溫馨的用餐體驗；
- 開展「服務天使」的培訓、推廣達成奉茶文化的執行、顧客認知的滲透性；
- 餐廳層面開展的培訓通過提升顧客消費體驗的關鍵22個接觸點，聚焦關鍵點並達成傑出的表現，為顧客帶來更貼心的用餐體驗；
- 初步建成湊湊企業文化線上宣導體系，總計製作視頻319個，包含：操作標準166個、企業文化宣導146個、奉茶文化7個；
- 更新全部服務崗位SOP/SOC，制定了崗位帶訓的標準化流程；
- 報告期內，湊湊餐廳各渠道客戶投訴總數目為27件，在接受到客戶投訴後，我們第一時間聯繫客戶核實情況，並及時溝通處理解決方案。經過妥善處理，報告期內湊湊餐廳客訴解決率為100%。

湊湊餐廳

火鍋+茶憩，匠心締造品質

基本權益保障

合理廣告宣傳

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》等法律法規進行對外宣傳，杜絕虛假廣告與宣傳。公司任何廣告、文案、宣傳圖片等在公共渠道發佈之前必須前置走公司內部流程審批，該流程由提報人發起，須經上一級領導批准，再由品質管理部、法務部、市場部審核，最終市場部副總裁審批後，才可對外發佈。

顧客隱私保護

身份識別

在使用各項會員權益前，需對會員身份進行識別和驗證。呷哺呷哺會員卡動態碼安全係數更高，可更有效地保護會員隱私。

信息保護

除特殊情況外，呷哺呷哺未經會員本人同意不會向第三方透露會員的任何個人信息。

數據管理

呷哺呷哺通過專業第三方提供的CRM系統進行會員信息管理，相關信息儲存在全球領先的雲服務平台；第三方未經呷哺呷哺同意不得透露相關數據，同時還需負責對數據進行維護和備份，確保數據的存儲安全。

對於外賣顧客，呷哺呷哺主要通過聯合外賣平台的方式進行隱私保護，如：訂單展示的顧客電話為虛擬號碼，且有效期僅有24小時，過期無法聯繫，防止因訂單處理不當等原因造成顧客個人信息泄露的風險。同時呷哺呷哺外送小程序不強制用戶授權登錄，增加了游客登陸模式，維護客戶的個人信息的自主權。

3 綠色+低碳，行動智護環保



綠色+低碳，行動智護環保

呷哺呷哺貫徹綠色發展方針、履行社會責任，強化低碳綠色運營管理理念。公司嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《固體廢物污染環境防治法》等法律法規，持續開展節能減排工作，提升資源使用效率，堅持低碳綠色運營。同時持續加強環保宣傳，積極響應國家「雙碳目標」、「禁塑令」等政策，加大溫室氣體減排力度，積極踐行垃圾分類，減少廢棄物產生，降低廢氣及廢水排放，為減緩氣候變化做出積極行動，推動經濟效益、社會效益與環境效益同步增長。

2021年，公司未發生因環境問題造成的違規、訴訟及處罰等情況。

3.1 堅持低碳運營

呷哺呷哺高度重視節能降耗管理，積極推行綠色辦公、綠色生產、綠色施工及資源精細使用。為實現節能降耗目標，公司堅持節能與技術進步、加強管理相結合，強化內部管理，積極開發和推廣應用節能技術；同時重視水資源的節約與高效利用，秉持「依法管水、科學用水、自覺節水」的理念，全面加強用水管理。持續提升公司節能環保生產水平，創建資源節約型、環境優化型企業，確保公司與環境和諧穩定發展。

綠色+低碳，行動智護環保

呷哺呷哺的溫室氣體排放主要產生於運營、生產和行政辦公過程中消耗的各種能源，主要包括汽油、柴油、天然氣和電能。報告期內各排放及資源使用數據如下表所示：

指標	單位	2021財年
耗電總量	千瓦時	210,212,112.22
單位營業收入耗電量	千瓦時/百萬元	34,196.06
汽油消耗量	公升	32,198.88
單位營業收入汽油消耗量	公升/百萬元	5.24
市政用水消耗量	立方米	2,668,825.16
單位營業收入市政用水消耗量	立方米/百萬元	434.15
餐飲污水排放量	立方米	2,268,501.39
單位營業收入餐飲污水排放量	立方米/百萬元	369.03
天然氣消耗量	立方米	904,001.70
單位營業收入天然氣消耗量	立方米/百萬元	147.06
範圍一：溫室氣體直接排放量	tCO ₂ e	2,048.66
範圍二：溫室氣體間接排放量	tCO ₂ e	122,133.24
溫室氣體排放總量	tCO ₂ e	124,181.90
單位營業收入溫室氣體排放量	tCO ₂ e/百萬元	20.20

綠色+低碳，行動智護環保

- 註： 1. 溫室氣體排放量計算方法參考世界資源研究所(WRI)和世界可持續發展工商理事會(WBCSD)發佈的《溫室氣體核算體系企業核算與報告標準》、政府間氣候變化專門委員會(IPCC)發佈的《第五次評估報告》；用於範圍二計算的電網排放因子參考生態環境部發佈的《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(2022年修訂版)》中的全國平均電網因子；
2. 餐飲污水排放量計算方法參考《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污係數手冊》；
3. 上表基礎能耗數據口徑涵蓋：呷哺呷哺餐飲管理有限公司、呷哺呷哺餐飲管理(上海)有限公司、呷哺呷哺餐飲管理(天津)有限公司、湊湊餐飲管理有限公司、湊湊(天津)餐飲管理有限公司。

• 節能運營

能源管理

- 公司早在 2014 年就成立了能源管理小組，並確定了小組成員的職責及工作目標。小組成員來自公共事務、營運、後勤等多個部門，持續推動公司節能管理工作，為節能工作的開展提供了堅強的後盾。
- 能源管理小組負責編寫年度能源利用狀況報告，該報告將作為公司進行節能技改、優化能源使用的重要依據。

日常節能管理

- 倡導綠色辦公理念，控制室內溫度，減少不必要的能源消耗；同時要求長時間離開或下班後關閉電源，盡可能減少電力消耗，做到「人走燈關，人走機關」。
- 貫徹綠色生產理念，加強節氣節電管理，合理安排燃氣設備使用時間，並要求廠區設備用完後及時關閉電源，嚴禁設備空轉造成的電力浪費。
- 門店由專人引導，合理安排顧客用餐位置，引導照明、空調等設備集中使用。
- 顧客用餐期間，服務人員隨時根據需要調節電磁爐溫度，降低能源消耗。
- 服務人員隨時關注顧客用餐，待顧客用餐完畢後，隨時關電源，避免空燒。
- 加強節能降耗宣傳，增強全員節能降耗意識。

綠色+低碳，行動智護環保

節能技術改進與應用

- 總部採用地源熱泵、太陽能等新型節能技術進行取暖，加大清潔能源使用。
- 總部採用LED光源代替原有高壓鈉燈，降低電能消耗。
- 老廠區宿舍安裝太陽能，2021年4-9月實現零耗能。
- 廠區鍋爐實現低氮燃燒系統分離，供暖季每月可節省1,000立方米天然氣。
- 為餐廳排風機加裝智能控制系統，實現排風機智能階段性工作，減少不必要的電量消耗。2021年，共300家餐廳加裝排風智能控制系統，全年節省用電量2,409,000千瓦時。

節水管理

- 在新店裝修時合理設計排水系統，採用節水龍頭、引入節水淨水設備等新型設施，推廣循環用水。
- 加強重點區域用水管理，重點關注廚房用水，嚴格規定洗碗、洗菜等工作標準流程，並加強節水技改工作，通過安裝節水洗菜機等設備，實現從源頭減少用水。
- 此外，加強日常用水管理，加強管理檢修與管道維護工作，並進行節水宣傳，提高員工節水意識，杜絕跑、冒、滴、漏造成的水資源的浪費。

綠色+低碳，行動智護環保

案例：引進洗菜機設備，加強水資源節約與利用

使用洗菜機洗菜有利於提高水資源利用效率，加強水循環利用，從源頭減少水資源的使用。在循環泵作用下，主洗缸的水經過過濾棉及活性炭過濾器進行過濾，將過濾後的水返回主洗缸，達成洗菜水重複使用；設備中下部粗管內置臭氧機及UV燈，在設備工作時將有害細菌、濃殘、能溶於水的有害化合物等進行分離及處理，在節水的同時更使得菜品清洗更徹底更安全；晚結業將使用過的洗菜水用於清洗洗菜機及後場地地面，實現水資源零浪費。

2021年，由採購部、集團品管部、設備設施部在大興龍湖及良鄉奧萊餐廳配合節水設備測試，結果表明每台洗菜機每年可節約用水127.75噸，未來所有新開業餐廳將洗菜機作為標配設備。



洗菜裝置改造前



洗菜裝置改造後

綠色+低碳，行動智護環保

• 綠色施工

減少建築垃圾：嚴格管理工程施工，做好建築材料預算，減少由於過剩的建築材料轉化為建築垃圾的情況；同時明確各道工序驗收，避免因返工等原因產生的建築垃圾；優化施工工藝，採用装配式代替現場製作，使用綠色建材，減少建築垃圾產生。

減少建築材料使用：裝修門店時減少對砌塊、砂子、水泥、瓷磚等材料的使用，大量使用金屬裝飾材料，其拆除時可全部回收再利用，減少建築材料使用。

宣貫綠色施工理念：在做好對各施工廠商技術交底的同時，嚴格要求施工質量，並由項目工程師對施工人員進行節能降耗相關知識的培訓，全面宣傳綠色施工理念。

• 節約物料

推行電子化辦公：呷哺呷哺提倡通過推行電子化辦公模式減少物料使用，倡導營銷溝通在線化、品宣曝光電子化、物料類在線化，以電子優惠券替代傳統紙質優惠券、以門店LED海報取代傳統文宣印刷品、以線上宣傳模式代替傳統線下宣傳模式，減少紙張、裝飾等物料使用。此外，呷哺呷哺提升前端營運精細化管理水平，實現門店考勤、門店劃線排班電子化管理以及報表中心數據電子化處理，有效節約了打印紙張。

減少一次性用品使用：持續推行可循環利用的保溫箱、周轉箱，減少紙箱和聚氨酯泡沫箱的使用；將拆零物料、低值易耗品與辦公用品等物料分揀後使用紙箱打包到餐廳，加強紙箱循環利用。報告期內，公司主要使用紙箱、紙杯、塑料杯、蛇皮袋、打包袋、吸管、調料卷材、鍋底袋、複合袋等作為包裝材料。上述包裝材料消耗總量為7,496.19噸，每百萬元營業收入包裝材料耗用量為1.22噸。

綠色+低碳，行動智護環保

• 能耗與用水效益環境目標

能源效益目標	以2020年為基準年，到2025年底湊湊餐廳店均耗電量減少5%
	以2020年為基準年，到2025年底呷哺呷哺中央廚房能耗總量減少10%
用水效益目標	以2020年為基準年，到2025年底湊湊餐廳店均耗水量減少5%
	以2020年為基準年，到2025年底，呷哺呷哺單店用水比例進一步下降

3.2 優化排放物管理

呷哺呷哺按照《北京市生活垃圾管理條例》等國家相關法律法規進行排放物管理，高度重視不同種類的排放物管理，採取積極措施減少排放物對環境的影響。報告期內，公司積極開展垃圾分類，積極踐行減排實踐，減少排放物產生量、提高排放物回收率，保證廢水廢氣達標排放。

• 排放物管理

自北京市實施新版《北京市生活垃圾管理條例》以來，呷哺呷哺積極響應政府號召，持續完善垃圾分類指引，進一步精細管理垃圾分類中的「廚餘垃圾」、「可回收物」、「其他垃圾」、「有害垃圾」四項內容，優化垃圾裝置容器，普及垃圾分類知識，並要求員工按照運營所在地政府的要求嚴格執行垃圾分類標準，全面提升垃圾分類管理水平。

綠色+低碳，行動智護環保



在做好垃圾分類以及精細化管理的同時，公司要求將不同種類的垃圾交由有收集、運輸及處理資質的單位負責清運處理，並在《垃圾管理台賬》中進行登記，為排放物數據分析與管理提供重要的數據支撐。呷哺呷哺的無害廢棄物主要來源於餐廳前廳生活垃圾及後廚廚餘垃圾，報告期內，各地呷哺呷哺餐廳及湊湊餐廳共產生前廳生活垃圾及後廚廚餘垃圾約56,998噸，每百萬元營業收入生活垃圾及後廚廚餘垃圾產生量約9.27噸。此外，我們堅持由專業垃圾回收單位進行垃圾回收處理，報告期內，中央廚房產生的無害可回收垃圾100%得到回收再利用。

公司採取多種有效措施減少排放物的產生，最大限度提高其回收利用效率，減少環境污染風險。我們在新店安裝測試垃圾處理器、油水分離器等裝置，在滿足餐廳適用性後進行大面積推廣測試，減少垃圾、廢油的產生；在門店安裝油煙淨化設備加強治理油煙排放造成的污染；隨著禁塑令再次升級，呷哺呷哺響應國家號召，選用紙質飲料杯蓋、PLA材質飲料吸管、鋁箔餐盒、淋PLA紙杯、淋PLA紙膜、PLA打包袋，降低塑料使用造成的環境污染；公司中央廚房廠區內設有日處理50噸污水的站點，並開展水質檢測工作，有效解決生活污水、生產污水排放不合格問題，確保出水水質達到國家要求；同時，在呷哺呷哺旗下的肉類公司開展運營時，屠宰後進行合法的無害化處理，羊血，污水，羊糞等均由具備環保局認定有資質的第三方企業負責運輸和處理，確保水廢和固廢的合法處理；此外，呷哺呷哺與相關環境監測技術服務機構簽訂廢水廢氣監測合同，定期對排放的廢水廢氣進行監測，持續追蹤並掌握廢水廢氣等污染物排放水平，確保合規、達標排放。報告期內，廠區內生活污水、生產污水中所含動植物油、BOD、COD等排放指標、中央廚房廢氣排放指標均達到國家相關要求。

綠色+低碳，行動智護環保

案例：減少廢水排放，加強循環利用

淨水設備產生的廢水及制冰機冷却水的排放造成了大量水資源浪費，於此同時，洗碗間通常使用自來水浸泡餐具後再使用洗碗機進行清洗，浸泡餐具過程用水量巨大。因此，門店更新了淨水設備，減少廢水的排放，同時安裝循環系統，使水資源達到循環利用的效果。

經測試，淨水設備的廢水和制冰機冷却水完全符合洗碗間浸泡使用標準，浸泡使用後，剩餘的水可作為水景池換水使用，大大減少了廢水排放量，提高了水資源利用效率。



洗碗間廢水循環使用設備



淨水器設備更新

• 排放類環境目標

排放量目標	到2022年底，全部湊湊門店完成100%電炊具替代天然氣炊具
減廢目標	到2025年底，全國100%物流倉庫實現食材運輸保溫箱循環利用
	到2025年底，呷哺呷哺外送實現100%使用可回收餐盒包裝

綠色+低碳，行動智護環保

• 應對氣候變化

減少碳排放、積極應對氣候變化，是公司未來發展的關鍵議題。為落實《聯合國2030年可持續發展議程》，我們將應對氣候變化置於可持續發展的重要位置，全面加強氣候變化風險管理，並在各運營地有序開展節能減排工作，減少溫室氣體排放。同時，我們積極完善碳排放信息披露，將氣候變化與集團未來緊密相連，為應對氣候變化全力以赴。

氣候變化風險與機遇		我們的行動
轉型	中國宣布二氧化碳排放力爭2030年前「達峰」、力爭2060年前實現「碳中和」的總體目標，隨著碳中和等環境政策的出台，整個經濟社會正在朝綠色低碳轉型。公司的低碳發展將幫助堅定投資者信心，提高獲得更多融資的可能，並有效降低高能耗帶來的運營成本增加等風險。	我們成立能源管理小組，不斷優化能源使用結構，提高碳排放管理水平，並邀請權威第三方機構對重點城市進行溫室氣體排放核查工作，有針對性地分析、識別溫室氣體的來源和變化。同時，我們設定科學的溫室氣體減排目標，加強日常節能減排管理，因地制宜開展節能降耗行動，通過優化生產工藝、加強節能技改、推行綠色辦公等舉措，減少碳排放。同時，我們鼓勵員工日常低碳出行，並倡導採用線上舉行會議的方式代替遠途出差，減少不必要的碳排放，大力宣傳低碳環保理念，為碳達峰碳中和目標的實現做出積極貢獻。
實體	極端天氣事件和重大自然災害可能引起各運營地設備、基礎設施損壞，對員工的生命、健康安全構成威脅，對公司的正常生產、經營秩序產生重大影響。	在全球氣候變化加劇、天氣形勢複雜多變的背景下，為提高在惡劣天氣下處理突發事件的應急處理能力，我們持續關注天氣變化情況，加強制定相關應急預案，並通過開展日常巡查、應急演練等舉措有效防控相關風險。

綠色+低碳，行動智護環保

3.3 傳播綠色理念

• 帶動顧客開展「光盤行動」

呷哺呷哺一直以來堅持低碳運營、綠色發展，在注重自身節能減排的同時不斷優化上下游減排措施，宣傳綠色環保理念，積極響應國家、地方減排號召，向大眾宣傳低碳、環保、節約的綠色消費理念，探討行業長效化節約機制，引導全社會餐飲節約新風尚。

案例：積極響應「光盤行動指引」，打造減排長效化機制

為響應北京市發佈的「光盤行動指引」，呷哺呷哺積極行動，採取有效措施加強從食材選配到餐桌服務的全鏈條減排，推進光盤行動長效化機制建設。

呷哺呷哺在流程設置、供應鏈優化、產品研發組合、倡導減少食物浪費等方面積極尋求減排解決方案。通過「農餐對接」形式，實現蔬菜從農田到餐桌的高效運作，確保土豆、藕等蔬菜在基地經過去皮處理後淨菜進店，有效減少餐廚垃圾產生量；合理制定食材採購計劃，結合數據分析工具根據餐廳用貨量自動生成訂貨單，避免因食材訂購量過大導致的浪費；同時，為積極倡導光盤行動，我們創新產品設計，推出雙拼菜組合、單人套餐組合、雙人套餐組合等多種產品套餐，從產品結構、分量設計上保證減少浪費；此外，我們擺放「不剩飯、不剩菜」桌牌提醒顧客適量點餐，少點勤加，避免食物浪費，大力宣傳綠色消費，將低碳、環保、可持續發展理念傳遞給更多的人。鼓勵餐後打包帶走等溫馨的提醒，透過我們的努力積極倡導並踐行反對食物浪費，鼓勵光盤行動。

4 關愛+奉獻，責任引領發展



關愛+奉獻，責任引領發展

員工是呷哺呷哺發展壯大的不竭動力。公司堅持「以人為本」的基本理念，切實保障員工基本權益，傾聽員工心聲，關注員工身心健康，為員工提供發揮潛能、自我成長的平台，落實員工薪酬福利制度及晉升發展機制，全面實現人企共贏。同時，公司積極履行社會責任，響應國家重大發展戰略及號召，投身公益事業，踐行志願活動，全面提升企業社會責任感，做負責任的企業公民。

4.1 保障員工權益

我們嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《禁止使用童工規定》等相關法律法規，堅持平等合規的招聘政策，制定並完善人力資源管理制度，明確員工權益、福利、晉升、工時、休假等規定，尊重人權，保障員工基本權益。同時公司加強民主管理，建立健全職工反饋與溝通機制，優化員工薪酬福利體系，全面整合內外人才資源，為員工提供全方位、多途徑的公平晉升權利，打造多元、平等、開放的人才隊伍。報告期內，未發生僱傭童工、強制勞工的相關訴訟案件。

• 公平合規招聘

呷哺呷哺致力於打造多元公平的工作環境，本著「公平、公開、平等」的用工原則以及「任人唯賢，擇優錄用」的用工理念，持續完善招聘政策，確保各招聘環節合法合規，保障員工基本權益，杜絕一切因年齡、性別、文化等因素造成的歧視行為，堅決反對童工、強制勞動等行為，尊重員工多元性，實現平等、合法、合規僱傭。

招聘政策

堅決反對使用童工及強迫勞動，確保用工合法合規

通過E-HR系統嚴格限制不符合國家規定用工年齡員工的錄入，從源頭切斷僱傭童工行為的出現；同時不定期對餐廳進行人事稽核，尤為重視並嚴格監控用工風險，並與績效掛鉤保障合法合規僱傭。

全面拓展招聘渠道，提升僱主品牌建設

整合線上線下招聘資源，創新多種線上招聘方式，拓展國際化招聘渠道，深度開展校企合作。2021年，公司與5所高校建立深度的校企合作關係，並在多所高校開展線下招聘會及宣講會，有效吸收職能及營運相關崗位人才。在加快提升人才隊伍競爭力的同時，全面宣傳企業文化，提升僱主品牌影響力。

整合內部招聘資源，強化公平競爭機制

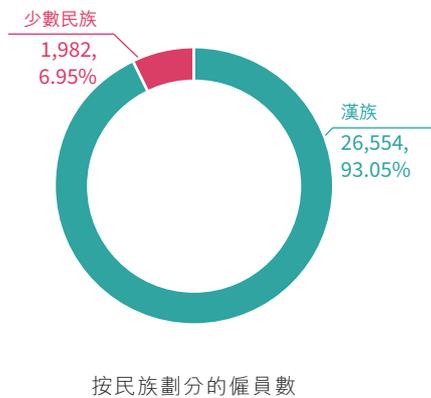
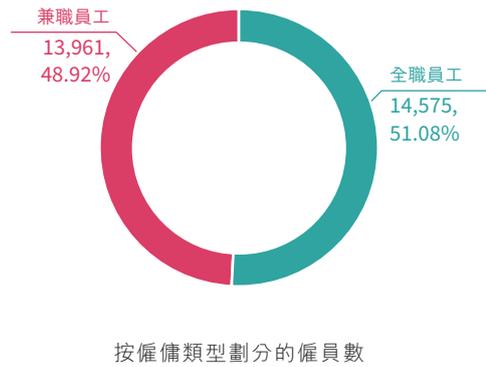
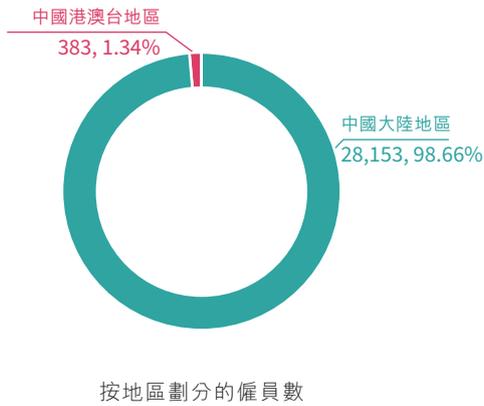
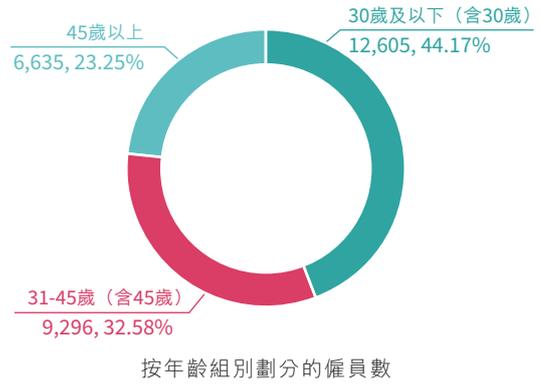
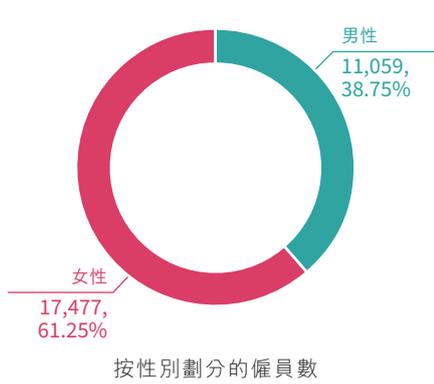
合理利用內部招聘資源，加強內部推薦力度，不斷提高內推公告發佈頻率，並宣傳內推激勵政策，在縮短招聘週期的同時保障了員工的穩定性。同時，梳理內部崗位劃分，優化組織架構，進一步強化內部競聘理念，確保競爭機制公平有效，保障內部優秀人才擁有同等的競聘機會。

推行多元僱傭政策，強化尊重員工理念

秉持多元化僱傭理念，採取多種方式吸引多元適崗人才。杜絕因年齡、性別、地區、文化背景、宗教等因素造成的歧視行為，強化創新、開放、多元、平等、和諧的工作氛圍。

關愛+奉獻，責任引領發展

呷哺呷哺堅持平等僱傭，不斷優化人員結構。截至報告期末，呷哺呷哺共有員工28,536名，員工分布結構如下：



關愛+奉獻，責任引領發展

指標	單位	2021財年
員工流失		
員工流失率	%	122%
男性員工流失率	%	141%
女性員工流失率	%	110%
30歲(含30歲)及以下員工流失率	%	178%
31歲－45歲(含45歲)員工流失率	%	81%
45歲以上員工流失率	%	74%
中國大陸員工流失率	%	122%
中國港澳台地區員工流失率	%	96%
工傷數據		
2019財年因工死亡人數	人	0
2019財年因工死亡比例	%	0%
2020財年因工死亡人數	人	0
2020財年因工死亡比例	%	0%
2021財年因工死亡人數	人	0
2021財年因工死亡比例	%	0%
因工傷損失工作日數	天	2,205.46

註：員工流失率數據基於全體員工(包含勞務工)計算得出。

關愛+奉獻，責任引領發展

• 薪酬與福利

呷哺呷哺嚴格遵循國家法律法規相關要求，合理規範員工薪酬、工作事件及各項福利政策，持續完善薪酬體系，釋放個體和組織潛能，實現個體發展與組織效能的提升與供應，提升公司吸引、留任人才的能力。我們秉持「效益優先，兼顧公平」的原則，建立了公平、科學的薪酬體系，在崗位價值和績效表現基礎上，依法確定企業內部工資分配制度和分配形式，合理拉開收入差距。既結合企業經濟效益的實際達成情況，提升在職員工薪酬水平，同時又依據員工定位和所從事崗位序列的不同，實行利潤分紅，月度獎金、季度獎金、年度獎金。多種方式相結合，有效體現崗位、績效、能力三大薪酬要素，並做到了短期與長期激勵相結合，激發員工工作能動性的同時，同步增長企業效益，達到企業與員工雙贏。同時，實行人工預算管理，每年對員工的收入狀態進行分析，工資總額與企業效益聯動，並積極穩妥地開展增資工作，制定年度增資方案，調整薪資政策，提高員工薪酬福利待遇。2021年，我們開展營運激勵機制改革探索，將整體薪酬策略逐漸偏向以利潤為導向，由原有的銷售提成調整為利潤分紅，促使員工更加關注公司利潤，推進員工及公司共同發展。

工時及假期	<ul style="list-style-type: none">• 遵循《中華人民共和國勞動法》規定的工時規定；• 保障員工在國家法定節假日休息、婚假、喪假、探親假、產假、計劃生育假和帶薪年休假的權利。
五險一金	<ul style="list-style-type: none">• 為員工提供養老、工傷、生育、失業、醫療五大社會保險及公積金；• 為餐廳職工辦理僱主責任險，全面覆蓋全國所有餐廳。
員工補助	<ul style="list-style-type: none">• 為全體員工提供免費工作午餐或餐費補助；• 為特定需要的崗位員工提供交通、電話、出差等補助。

關愛+奉獻，責任引領發展

• 考核與晉升

呷哺呷哺高度重視人才激勵與留任，不斷加強人才庫儲備力量，持續優化員工考核與激勵機制，通過明確員工發展與晉升路徑，打造科學、高效、平等的職業發展通道，為員工提供公平、公正、公開的職業發展環境。公司持續完善人才考核體系，保證考核結果的公平性與科學性，採用月度考核、季度考核、專項考核等多種方式進行績效評估，並定期對員工績效目標完成情況進行跟踪與分析。同時，為保證後備人才庫持續壯大，公司每年校招管培生，為企業提供源源不斷的一線管理骨幹。2021年公司更加關注一線營運管理幹部晉升，給予大量一線人員向上晉升發展的機會，保障在識別人才潛力、激發人才潛能、發展人才能力、吸引人才留任等方面的全方位發展。此外，公司延用內部競聘政策，進一步梳理內部崗位劃分，持續優化組織架構，強化內部競聘理念，為內部員工提供更多的晉升機會，盤活內部人才庫，持續發揮員工效能對提升公司軟實力的積極作用。

4.2 推進員工關愛

呷哺呷哺秉承員工為本的原則，將保障員工身心健康與安全視為企業責任的重要一環，與員工攜手同行，通過制度保障及舉措全面打造公平、開放、和諧、安全的工作環境。同時，我們鼓勵員工工作與生活平衡，充分保證與員工的溝通，持續加強員工關懷，提高員工幸福感與歸屬感，與員工攜手共創美好未來。

關愛+奉獻，責任引領發展

• 關注安全健康

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國消防法》、《中華人民共和國安全法》、《生產安全事故應急預案管理辦法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國特種設備安全法》、《危險化學品安全管理條例》等法律法規，制定並完善公司安全生產相關制度，配備專業團隊及相關負責人全面落實多項措施保障員工健康與安全，為運營地安全、員工食品安全及身心健康保駕護航。報告期內，本公司未出現重大生產責任事故及因安全檢查疏忽導致的安全問題。

運營地
安全

- 嚴格遵循國家安全生產相關法律法規，制定相應的規章制度，並對EHS管理人員與相關規章制度進行及時更新與修訂，保障生產安全達標。
- 嚴格執行防疫要求，組織開展各項防疫措施，如：對廠區環境進行消毒；定期全員核酸檢測等。
- 每日每2小時對廠區空調設備、製冷設備、配電室進行巡視檢查，每月對安全出口、應急燈全面檢查，對新老廠配電箱、配電櫃進行除塵，及時排除設備安全隱患，確保廠區設備安全運行。
- 加強消防安全建設，安排專員對公司區域內滅火器、消火栓進行定期點檢；同時定期對消防設備及警報系統進行維護保養，保證消防設施、器材完整有效。
- 組織開展安全生產月安全檢查專項活動，堅持日檢、周檢、月檢行動，督促隱患及時整改。

關愛+奉獻，責任引領發展

員工食品安全

- 參照《中華人民共和國食品安全法》食品安全法，嚴格控制食堂原材料品質，嚴把質量、衛生及出品環節，確保食品衛生安全。
- 公司品質管理部每月對餐具及出餐間器具進行塗抹檢驗，餐具清洗、消毒抽檢合格率為100%；同時食堂負責人對燃氣閥門及主要鏈接部位進行檢查，至今並未發生燃氣泄漏情況。
- 行政人員嚴格管理桶裝水及現燒開水質量，確保飲用水安全衛生。
- 定期對食堂員工進行食堂操作流程規範，保證員工合規操作，提高員工安全意識。

員工身心健康

- 公司班車每日按時到達指定地點，有效保障了員工上下班途中安全，全年安全行駛未出現交通事故。
- 開展員工身體健康檢查，最大程度保障公司全體員工免受惡性傳染疾病侵害。
- 對空調設備、生活熱水設備、宿舍設施進行了一系列升級、維修和改造，增加員工工作舒適性，為員工提供有力的後勤保障。
- 組織全體員工進行廠區成熟果實採摘活動，使員工得到身心放鬆的同時，增加員工之間的溝通力，凝聚力，獲得感。
- 不定期的更換辦公區域綠植，針對多種節日增加氛圍布置，讓員工在緊張忙碌的工作氛圍中保持身心舒暢。
- 嚴格執行防疫標準及要求，定期組織員工核酸檢測，並每日對辦公區域、停車場、班車、登記處、食堂、衛生間、宿舍等場所進行全方位消毒，保障防疫安全。

關愛+奉獻，責任引領發展

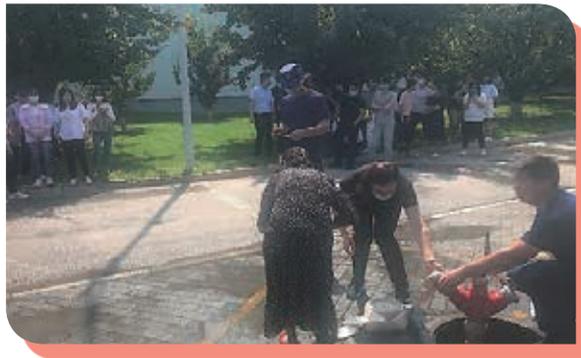
健康安全
培訓

- 嚴格做好新員工「三級安全教育」，確保新員工「三級教育」覆蓋率100%。
- 制定員工安全健康教育培訓計劃，並按照計劃開展安全與健康培訓活動，增強員工健康與安全意識。
- 開展應急救援體系建設，及時更新應急救援預案，並依照預案進行應急救援演練，包括滅火、疏散、急救等內容，提高員工消防安全意識、逃生的能力及應對突發事件的能力。
- 對特種作業人員、特種設備操作人員進行專業的取證培訓。
- 充分利用宣傳欄、橫幅、微信群、班前班後會等靈活多變的形式積極進行工餘時間的安全知識宣教活動。
- 錄製了《疫情期間餐廳服務標準》、《疫情期間安全講堂》、《新冠疫情百科》、《外送騎手七步法》、《口罩選用指南》等新冠疫情預防宣傳教育資料。報告期內，共計培訓183場次，覆蓋學員1.8萬人次。

關愛+奉獻，責任引領發展

案例：全員「一警六員」實操實訓

公司開展全員「一警六員」實操實訓活動，通過消防基本技能實操實訓，令培訓對象達到「小火會用滅火器、大火會用消火栓」的要求，確保受培訓人員成為「見火不慌、抬手就滅」的準消防員。該活動使政府、單位及個人均成為受益對象，培訓造就了遍布全市的「準消防員」，對單位、社區乃至全市消防安全提升起到積極作用；培訓使得單位投入大量資金配備固定消防設施和滅火器材，保障發生火情時能發揮積極作用；培訓使得關鍵崗位員工掌握撲救初起火災的能力，達到「遇火不慌、抬手就滅」的效果，全面保障生產運營中的消防安全。



關愛+奉獻，責任引領發展

• 平衡工作生活

呷哺呷哺將員工視為最寶貴的資源和財富，堅持「以人為本」的理念，尊重並傾聽員工心聲，持續打造民主管理氛圍。公司積極組織員工活動、切實增強員工關懷、加強員工溝通，促進生活與工作平衡，不斷增進團隊融合，增強員工凝聚力與積極性，逐步沁潤企業文化，營造積極、和諧、溫馨的團隊氛圍。

組織員工活動

- 合理分配工會費用開展團隊建設。報告期內，各集團事業部員工開展多種團隊建設項目，通過組織爬山、郊游、參觀、遊戲、文體比賽等方式增進團隊情感，在放鬆員工心情的同時，加速了團隊融合，從而實現員工沁潤企業文化。
- 開展年度尾牙線上直播活動，公司全員共同見證過去一年的豐登碩果，本著「齊心聚力、再創巔峰」的理念，全面增強員工凝聚力，激勵員工與公司共同奮鬥。此次直播活動觀看人次達97,653人次，並收穫了近83萬的點讚量，全面展現了員工對企業文化的認同感。
- 啓動集團企業文化激勵項目。該項目共包括4項內容，業績閃亮之星的比拼、卓越呷哺人徵文活動、團隊之聲投稿活動、傳播先鋒活動，全面激勵員工參與企業文化的傳播，提高對企業文化的關注度。

增強員工關懷

- 在傳統節日組織各種活動，為員工送去感恩祝福與禮品。
- 為婚喪嫁娶的員工發放公司慰問福利金。
- 給公司生日員工發放生日禮物補貼金。
- 關愛女性，持續維護母乳室，為上班族媽媽提供便利。

關愛+奉獻，責任引領發展

加強員工
溝通

- 定期組織員工溝通會，聽取員工心聲與建議，加強民主管理。
- 組織集團新晉員工溝通交流會，上級領導親自傾聽來自新晉員工的訴求之聲，並著手解決。



舉行員工拔河比賽

關愛+奉獻，責任引領發展

案例：呷哺呷哺集團企業文化激勵項目

2021年8月，呷哺呷哺正式啓動了集團企業文化激勵項目，分別開展業績閃亮之星比拼活動、卓越呷哺人徵文活動、團隊之聲投稿活動以及傳播先鋒活動，通過各項激勵活動取得了全方位認同與傳播企業文化的耀眼成績。

開展「業績閃亮之星」評比活動，對公司營運賽道員工進行多維度篩選與評比。報告期內，公司對64位月度閃亮之星進行公告表彰並發送榮譽獎杯，並從中評選出22位年度閃亮之星授予更高的獎勵及榮譽，樹立業績榜樣，號召同仁學習趕超，促進團隊良性競爭。

開展「卓越呷哺人徵文」評比活動，挖掘一線優秀事跡，公司共徵集文章近百篇，優選30%進行刊發，並對優秀作品作者給予獎品鼓勵。活動通過員工簡單淳樸的語言，記錄了呷哺人奮力拼搏、堅韌向前、勤勞貢獻的點點滴滴，通過刊發讓更多同仁了解、感悟與積極踐行企業文化，形成了全員關注的小傳播高潮。

開展「團隊之聲」投稿活動，該投稿活動以團隊新聞紀實為主，共截稿10篇，通過展現團隊發生的大事小情，傳遞團隊凝聚力與感染力，有效傳播了企業文化。

開展「傳播先鋒」活動，通過評比員工在社交平台傳播企業文化獲得的點讚數，向外界展現了呷哺企業文化的魅力，有效加強了員工對企業文化的認同感。



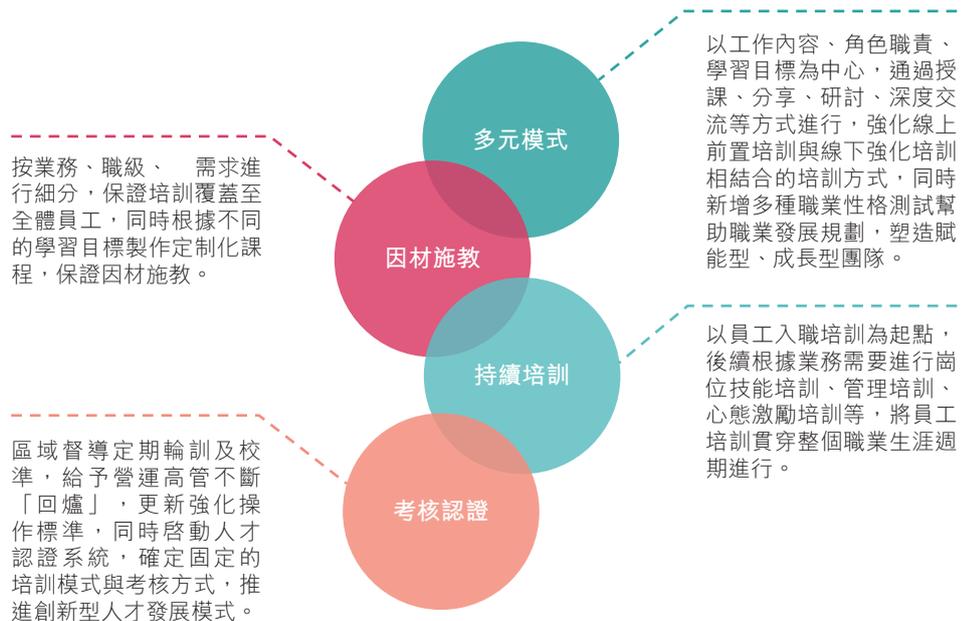
關愛+奉獻，責任引領發展

4.3 賦能員工發展

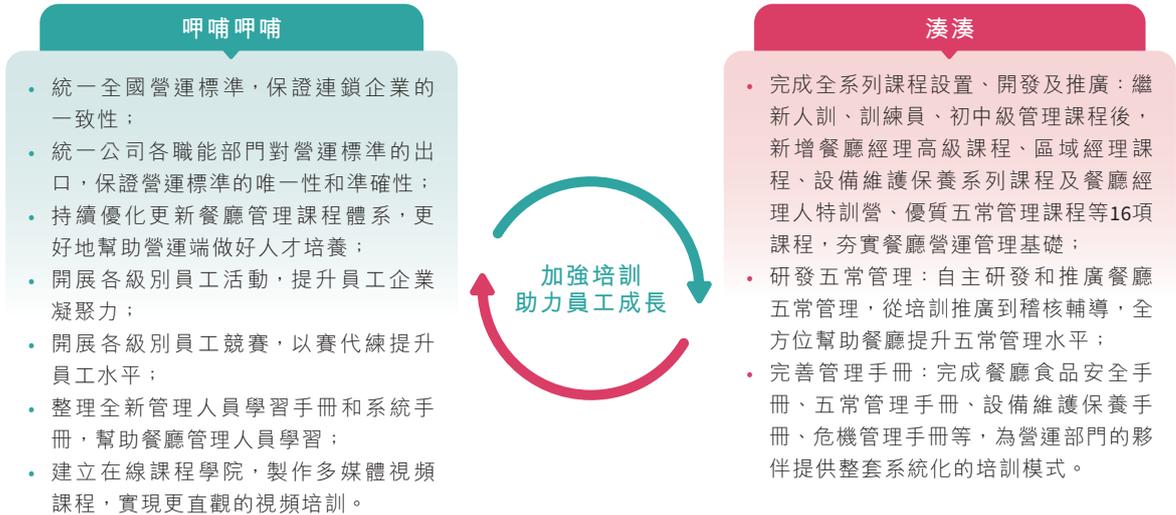
員工成長發展是企業穩健運行的重要力量。因此，我們高度重視人才培養，持續完善員工培訓體系，結合實際情況制定年度培訓計劃，優化學習平台，豐富培訓內容及活動形式，打通多重職業發展路徑，並明確考核要求，逐步打造卓越的人才供應鏈，通過構建高素質職業人才梯隊增強公司核心競爭力，實現員工與公司共同成長與發展。

• 完善培訓體系

呷哺呷哺致力於培養和發展優秀人才，為員工提供專業、豐富、多元、科學的培訓內容，打造具備行業吸引力的職業發展路徑，加速建設標準化透明化人才認證體系，全面賦能員工成長，成就自身價值，增強團隊整體造血功能，不斷輸送優秀人才，實現卓越運營。報告期內，呷哺呷哺與湊湊根據業務運營特點不同，針對性的開展員工培訓工作，不斷提升員工各項技能。



關愛+奉獻，責任引領發展



2021年，公司員工培訓數據如下：

指標	單位	2021財年
女性員工受訓百分比	%	63%
女性員工平均受訓時數	小時	5.43
男性員工受訓百分比	%	66%
男性員工平均受訓時數	小時	3.76
經理級別以上員工受訓百分比	%	91%
經理級別以上平均受訓時數	小時	9.57
其他級別員工受訓百分比	%	64%
其他級別員工平均受訓時數	小時	6.25

關愛+奉獻，責任引領發展

案例：呷哺大學堂－課程製作及學習計劃推送計劃

呷哺大學堂通過精心研發、多平台合作等方式提供全方位培訓課程，同時有針對性地進行學習計劃推送，課程內容涉及廣泛，整合入職培訓課程、通識課程、文化課程、專業類課程、管理類課程等多維度培訓內容，全面賦能員工成長。

啓動「新晉管理者學習計劃」(青藍計劃)，該計劃致力於加速提升新晉管理者領導力能力，呷哺大學堂課有針對性地整合多項管理培訓課程，包括時間管理、目標管理、管理者應具備的素質、管理者情商等多項內容，全面提升管理團隊軟實力；研發並推出「呷哺學苑專題分享微課」專項學習版塊，推出MBTI職業性格測試、OPQ管理潛質測評等多種測試，有效幫助員工了解自身優劣勢，為其職業規劃與發展提供參考，同時開發「好米飯的秘密」、「Excel小心計」等多項集趣味性、功能性於一身的實用課程，幫助員工收穫更多辦公實用技巧，全面提升工作效率；推出「2021呷哺大學財務知識分享」項目，全年為財務部門全員推送23個專業課程學習計劃，全面提升財務人員對於相關專業知識的更新；研發國學課程，並推出「國學淺談1-3」系列課程，獲得學員廣泛關注，本年度共覆蓋約1986名學員，使員工工作之余領略國學文化，全面提升企業內部學習氛圍的多樣性與包容性。



新員工入職培訓



關愛+奉獻，責任引領發展

案例：呷哺呷哺TTT專項培訓

企業培訓師的培養與發展對企業人才發展策略具有關鍵推進作用，企業卓越人才鏈的打造離不開培訓團隊的努力。一直以來，呷哺呷哺重視內部培訓團隊的專業性、系統性與前瞻性。TTT專項課程有效幫助培訓師掌握系統的課程開發方法以及收集課程素材技巧，幫助培訓師獨立開發成熟課程，保障輸出課程的實用性、全面性與趣味性，有效打造有競爭力的培訓師隊伍。

2021年，呷哺呷哺針對營運訓練講師開設「營運訓練TTT專項培訓」，培訓覆蓋35位學員，學習時長3天。全程採用交互式培訓方式，與營運訓練部門參與人員開展多次調研與深度需求溝通，運用視覺化工具進行分析，提升培訓師團隊整體技能與實力，幫助優化課程大綱及內容設置，增添餐廳一線訓練需求，優化採購流程等培訓內容。本次課程全面幫助企業梳理培訓框架，全面提升營運訓練講師設計課程、統籌培訓、解決問題的能力，助力企業培訓體系科學、全面、長遠發展。



呷哺呷哺TTT培訓-交互式課堂設計

關愛+奉獻，責任引領發展

4.4 促進社會共榮

企業的發展離不開社區支持，穩定良好的社區關係是企業可持續發展的重要依托。呷哺呷哺堅信企業的發展受益於國家、社會的進步，助推社區良好發展就是造福企業自身。我們堅守初心，積極服務回饋社會，助力產業、生態扶貧與地區經濟發展，參與支持公益事業、慈善捐贈以及志願活動，發揚奉獻精神，勇擔責任使命。

案例：同心協力戰疫情，致敬英雄送溫暖

自新冠疫情爆發以來，呷哺呷哺緊密關注疫情發展，積極踐行社會責任，第一時間加入捐贈行列。2021年，由於疫情的持續反復，我們在嚴格執行防疫政策保障員工健康與安全的同時，對疫情發生地區持續給予物資支持，並在春節來臨之際，在全國各地陸續開展慰問醫護工作者、派出所民警、環衛工人等一線抗疫人員的暖心公益活動，為一線抗疫英雄送去愛心餐、奶茶、春聯等慰問物資，用橙色力量溫暖社會，全面踐行企業社會責任。

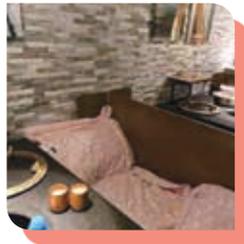


關愛+奉獻，責任引領發展

案例：風雨面前一起扛，橙色力量馳援中原

2021年7月，河南鄭州等地遭遇極端強降雨，災情牽動全國人民的心。一方有難，八方支援。呷哺呷哺集團旗下品牌呷哺呷哺和湊湊在鄭州多家門店第一時間開展緊急救援服務，為滯留市民提供休息區和飲食等生活所需。同時支持救援工作，為環衛工人、志願者送去慰問愛心餐食，為搶險救援提供有力的後勤保障。

此外，馳援河南，呷哺呷哺集團向河南省慈善總會捐款100萬元，用於防汛救災、生活保障和災後重建工作，幫助社會共渡難關。



湊湊餐廳為滯留市民提供休息場所



呷哺為環衛工人、志願者送去奶茶慰問



案例：扶持草飼羊產業發展，助力鄉村振興

呷哺呷哺全方位打造錫盟牛羊肉基地—伊順工廠，作為當地的龍頭企業，其不僅負有履行企業社會責任的義務，更肩負著助力產業扶貧、鄉村振興的重任。

一直以來，伊順工廠積極響應扶貧、帶貧政策，捐贈現金幫扶貧困牧民建房、修圈，同時以高於市場的價格收購貧困戶羊源，增加貧困牧民收入，全面助力扶貧帶貧。此外，為響應《錫林浩特市關於扶持草飼羊產業發展的實施方案2021-2023》號召，扎實推進錫市畜牧業高質量發展，進一步發揮草飼羊優質優價的優勢，確保牧民增收，助力鄉村振興，伊順工廠積極支持當地政府工作，扶持飼草羊產業發展。2021年度共計支持錫市政府引入牧戶301戶，全年共計補貼31,430只羊，合計補貼金額163,400元，全面支持產業扶貧，積極發揮企業公民的責任擔當。

展望

展望2022年，隨著國內新型冠狀病毒肺炎疫情逐步得到控制，餐飲消費市場將迎來穩步回暖態勢，呷哺呷哺也將從2021年蓄力調整的狀態轉向穩步擴張。面對未來發展的機遇與挑戰，我們始終秉承敢為人先的精神，以創新變革為引領，加速產業鏈完整布局，加快集團多業態、多品牌的持續發展與推進，堅守卓越品質與社會責任，在「高質量發展」賽道上迸發活力。

在未來，我們將持續優化創新與變革的發展模式，實現在「高質量發展」賽道上的穩步擴張。我們將繼續堅持「五大核心戰略」的升級發展方向，激發企業創新活力，推動企業長足發展。我們將繼續踐行盤活、吸引與保留人才，堅持齊心聚力加速團隊融合，在加快沁潤企業文化的同時，持續優化合夥人制度與薪酬激勵機制，保持人才發展活力；加速優化資源整合，實現資源利用最大化，促進各子品牌資源互通、協同發展；在回歸呷哺品牌初心，深耕小火鍋市場的同時，我們將持續優化餐廳模型，加速旗下多品牌齊頭並進業態，湊湊將繼續積極優化沿海城市及海外布局，並在商業地產的談判、供應商的採購聯手、消費者對品牌的認知和認可度等方面，湊湊將會走在前列，引領集團多品牌開拓新市場；未來我們計劃推出火鍋品牌「呷哺X」，打造全維度品牌布局，以全新的商業模式迎接並推動餐飲市場革新。

在未來，我們將繼續保持對食品品質的堅守與對顧客無微不至的體貼與關懷。繼續履行「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」的企業使命，恪守「衛生清潔第一、營養快捷為要、大眾消費是本、親切關懷得宜」的經營理念。以嚴格把控食材質量為出發點，堅持負責任採購與直營配送，不斷優化質檢體系，持續推進全鏈條質量管理工作，保證食材新鮮、優質、安全、可追溯；嚴格遵守門店食品安全衛生標準，為顧客提供安全、衛生、舒適的用餐環境；堅持開發優質、多元、豐富、創新產品，給予顧客更新奇、時尚、有趣的用餐體驗及多樣化選擇；持續優化升級服務模式，探索打造複合業態，通過優化升級改造新店型，探索分時段營業等創新方式持續開展多元模式變革，為顧客提供精緻、愜意的用餐環境，全面升級顧客用餐體驗。

在未來，我們將繼續深化以人為本理念，持續為員工創造多元、平等、和諧、安全、舒適的工作環境，保障員工合法權益，支持員工全面發展，優化薪酬體系與激勵機制，加強員工關懷與團隊建設，積極打造最佳雇主品牌；堅持低碳運營，通過綠色辦公、綠色生產、綠色運營等方式積極減少碳排放，並堅持向消費者傳遞綠色環保生活理念，共同應對氣候變化，為碳達峰碳中和目標實現貢獻力量；投身公益事業，傾情回報社會，積極調動員工參與志願活動，同時加快產業生態扶貧，助力地方經濟發展，積極踐行企業社會責任。

支持聯合國可持續發展目標

目標	行動	目標	行動
 <p>1 無貧窮</p>	開展生態扶貧項目	 <p>11 可持續城市 and 社區</p>	積極響應所在地城市廢物管理措施，減少廢棄物產生
 <p>3 良好健康與福祉</p>	提供健康、安全的產品，關注員工身心健康	 <p>12 負責任消費和生產</p>	減少食物浪費，通過預防、減排、回收、再利用減少廢棄物產生
 <p>5 性別平等</p>	平等僱傭，關愛女性員工	 <p>13 氣候行動</p>	節能減排措施
 <p>7 經濟適用的清潔能源</p>	提升能源使用效率	 <p>14 水下生物</p>	採購兼顧目標種群的可持續性和最小化環境影響的可持續漁獲物
 <p>8 體面工作和經濟增長</p>	禁止僱傭童工及強制勞工，創造多元、包容的工作環境，提供合理的薪酬福利	 <p>16 和平、正義與強大機構</p>	依法合規經營，禁止舞弊、賄賂行為
 <p>10 減少不平等</p>	平等僱傭，杜絕針對年齡、地域、宗教等的歧視		

支持聯合國可持續發展目標

關於聯合國可持續發展目標

可持續發展目標(Sustainable Development Goals, SDGs)誕生於2012年在里約熱內盧舉行的聯合國可持續發展大會，旨在指導2015-2030年的全球發展工作，通過協同行動應對當今世界所面臨的嚴峻的環境、政治和經濟挑戰。可持續發展目標包含了17個可衡量的、被普遍認可的目標，包括消除貧困、預防致命疾病、應對氣候變化、減少不平等、發展可持續消費等。



ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A1排放物	<p>一般披露</p> <p>有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。</p> <p>溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化合物、全氟化碳及六氟化硫。</p> <p>有害廢棄物指國家規例所界定者。</p>	披露	P36，P42-P44
A1.1	<p>排放物種類及相關排放數據。</p>	披露	P37，P43
A1.2	<p>直接(範圍1)及間接能源(範圍2)溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。</p>	披露	P37
A1.3	<p>所產生有害廢棄物總量(以重量或體積計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員)。</p>	不適用	由於企業主營業務性質，運營過程中未產生顯著有害廢棄物，因此不適用。
A1.4	<p>所產生無害廢棄物總量(以重量或體積計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員)。</p>	披露	P43
A1.5	<p>描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。</p>	披露	P36-P44
A1.6	<p>描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。</p>	披露	P42-P44

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A2資源使用	<p>一般披露</p> <p>有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。</p> <p>註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。</p>	披露	P36-P41
A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以每千秒千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P37
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P37
A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標以及為達到這些目標所採取的步驟。	披露	P36-P42
A2.4	描述求取使用水源上可有任何問題，以及訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	披露／ 部分不適用	P36-P42，由於企業主營業務性質，水源使用為市政供水，未出現求取使用水源上的問題。
A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	披露	P41
A3環境及天然資源	<p>一般披露</p> <p>減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。</p>	披露	P42-P46
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	披露	P42-P46

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A4氣候變化	一般披露 識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	披露	P45-P46
	A4.1 描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對的行動。	披露	P45-P46
B1僱傭	一般披露 有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	披露	P48-P52
	B1.1 按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	披露	P49
	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	披露	P50

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B2健康與安全	<p>一般披露</p> <p>有關提供安全工作環境及保護僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策，及；</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露	P52-P59
	B2.1 過去三年(包括彙報年度)每年因工亡故的人數及比率。	披露	P50
	B2.2 因工傷損失工作日數。	披露	P50
	B2.3 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	披露	P52-P59
B3發展及培訓	<p>一般披露</p> <p>有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。</p> <p>註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</p>	披露	P60-P63
	B3.1 按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	披露	P61
	B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	披露	P61

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置	
B4勞工準則	一般披露	披露	P48	
	有關防止童工或強制勞工的：			
	(a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。			
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	披露	P48	
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	披露	P48	
B5供應鏈管理	一般披露	披露	P24-P27	
	管理供應鏈的環境及社會風險政策。			
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	披露	P24
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	披露	P24-P27
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	披露	P24-P27
B 5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	披露	P27，P43	

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B6產品責任	<p>一般披露</p> <p>有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露	P28-P34
B6.1	<p>已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。</p>	披露	P33
B6.2	<p>接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。</p>	披露	P33
B6.3	<p>描述與維護及保障知識產權有關的慣例。</p>	披露	P18
B6.4	<p>描述質量檢定過程及產品回收程序。</p>	披露	P33
B6.5	<p>描述消費資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。</p>	披露	P34

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B7反貪污	一般披露	披露	P17
	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：		
	(a) 政策；及		
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	披露	P17
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	披露	P17
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	披露	P17
B8社區投資	一般披露	披露	P64-P65
	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。		
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	披露
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	披露	P64-P65

GRI STANDARDS 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
102-1	組織名稱	披露	P14
102-2	活動、品牌、產品和服務	披露	P14-P15
102-3	總部位置	披露	P14
102-4	經營位置	披露	P3, P14
102-5	所有權與法律形式	披露	P14
102-6	服務的市場	披露	P3, P14
102-7	組織規模	披露	P3, P14, P19, P49
102-8	關於員工和其他工作者的信息	披露	P49
102-9	供應鏈	披露	P24-P27
102-10	組織及其供應鏈的重大變化	披露	P24-P27
102-13	協會成員資格	披露	P22
102-14	高級決策者的聲明	披露	P3-P4
102-15	關鍵影響、風險和機遇	披露	P3-P4, P66
102-16	價值觀、原則、標準和行為規範	披露	P3-P4
102-20	行政管理層對於經濟、環境和社會議題的責任	披露	P5-P6
102-21	就經濟、環境和社會議題與利益相關方進行的磋商	披露	P7-P8
102-29	經濟、環境和社會影響的識別和管理	披露	P9
102-30	風險管理流程的效果	披露	P16
102-31	經濟、環境和社會議題的評審	披露	P9

GRI STANDARDS指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
102-32	最高管治機構在可持續發展報告方面的作用	披露	報告說明，P5-P6
102-40	利益相關方群體列表	披露	P7-P8
102-43	利益相關方參與方針	披露	P7-P8
102-44	提出的重要議題和關切問題	披露	P7-P9
102-46	界定報告內容和議題邊界	披露	報告說明
102-47	實質性議題列表	披露	P9
102-49	報告變化	披露	報告說明
102-50	報告期	披露	報告說明
102-51	最近報告的日期	披露	報告說明
102-52	報告週期	披露	報告說明
102-53	可回答報告相關的問題的聯絡人信息	披露	P79
102-55	GRI內容索引	披露	P76-P78
201-1	直接產生和分配的經濟價值	披露	P3，P19
205-2	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	披露	P17
301-1	所用物料的重量或體積	披露	P41
302-1	組織內部的能源消耗量	披露	P37
302-3	能源強度	披露	P37
302-4	減少能源消耗量	披露	P37
302-5	降低產品和服務的能源需求	披露	P36-P42
305-1	直接(範疇1)溫室氣體排放	披露	P37

GRI STANDARDS指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
305-2	能源間接(範疇2)溫室氣體排放	披露	P37
305-4	溫室氣體排放強度	披露	P37
306-1	按水質及排放目的地分類的排水總量	披露	P37
306-2	按類別及處理方法分類的廢棄物總量	披露	P43
307-1	違反環境法律法規	披露	P36
401-2	提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	披露	P48 · P57-P59
401-3	育兒假	披露	P51
404-2	員工技能提升方案和過渡協助方案	披露	P60-P63
414-2	供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	披露	P24-P27
416-1	對產品和服務類別的健康與安全影響的評估	披露	P28
416-2	涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	披露	P28

讀者反饋表

感謝您閱讀《呷哺呷哺2021年環境、社會及管治報告》。為了向您及其他利益相關方提供更有價值的信息，促進本公司提升履行企業環境、社會及管治的能力和水平，我們衷心歡迎您對報告提出真知灼見，並通過以下方式反饋給我們：

地址：香港灣仔軒尼詩道303號協成行灣仔中心12樓1201室

電話：(852) 2952 3566

電郵：Godfrey@xiabu.com

1 您屬以下哪類利益相關方？_____

A 政府 B 監管機構 C 股東 D 客戶 E 員工 F 供應商和合作夥伴 G 社區 H 公眾與媒體

2 您認為本報告是否完整覆蓋了您對本公司的期望？_____

A 是 B 否，您認為您還有哪些期望在本報告中沒有反映？

3 您認為本公司是否很好地回應了您的期望？_____

A 是 B 否，您認為您的哪些期望沒有得到很好的回應？

4 您認為本報告的內容安排和版式設計是否方便閱讀？_____

A 好 B 較好 C 一般 D 差

5 您對本公司社會責任工作和本報告還有哪些意見和建議？

再次感謝您的參與！